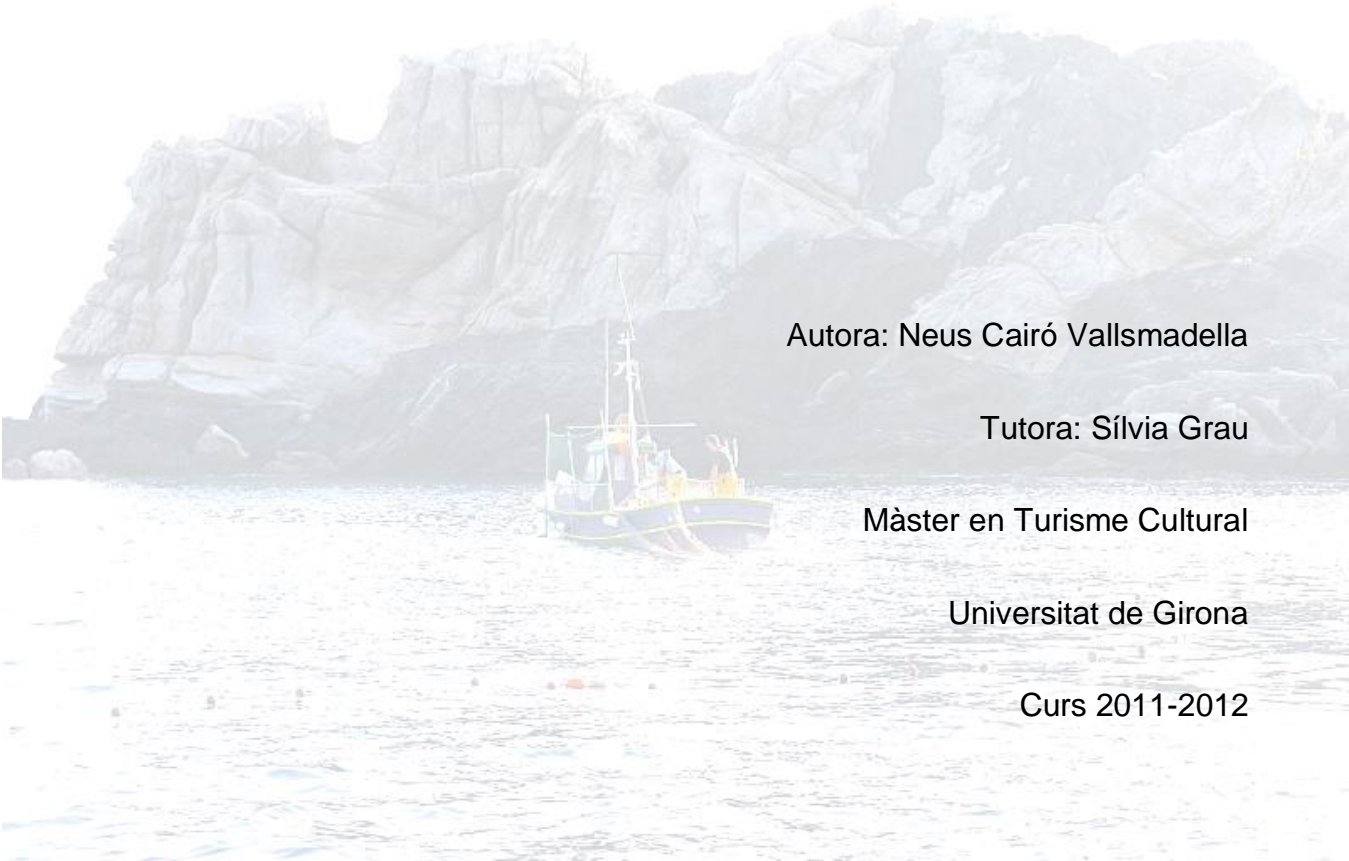


PESCA TURISME CAPDECREUS

A background image showing a small fishing boat with a yellow and blue hull on the water. In the background, there are large, rugged, grey rock formations. The water is calm with some small ripples.

Autora: Neus Cairó Vallsmadella

Tutora: Sílvia Grau

Màster en Turisme Cultural

Universitat de Girona

Curs 2011-2012

El passat és l'únic
que ens pot dir què som al present
i què serem al futur

Índex

| | |
|--|----|
| Pròleg..... | 6 |
| Agraïments | 7 |
| 1.Motivació..... | 8 |
| 2.Objectius..... | 9 |
| 3.Metodologia | 10 |
| 4.Introducció | 13 |
| 4.1 Cultura | 13 |
| 4.2 Turisme Cultural | 14 |
| 4.3.Pesca-Turisme | 15 |
| 4.3.1. Pescanatur, Galícia | 16 |
| 4.3.2. Pesca Turisme Barcelona | 17 |
| 5.Antecedents..... | 19 |
| 6.Situació geogràfica | 23 |
| 6.1 La Mar d'Amunt | 23 |
| 6.2 El Parc Natural del Cap de Creus | 23 |
| 6.3 El Port de la Selva | 29 |
| 7.Pesca Turisme Cap de Creus | 34 |
| 7.1 Activitats de Pesca Turisme Cap de Creus | 36 |
| 7.1.1. Activitat principal: "L'Home i el Mar" | 36 |
| 7.1.2. Activitats secundàries..... | 36 |
| 7.1.3. Activitats de temporada..... | 38 |
| 8.Pla de comunicació i Màrketig | 40 |
| 8.1 Accions regulars amb continuïtat | 44 |
| 8.1.1. Material d'impresió: fulletons, cartells i lones | 44 |
| 8.1.2. Recursos electrònics: | 45 |
| 8.1.3. Agents intermediaris..... | 49 |
| 8.2 Accions singulars..... | 50 |
| 9.Projecció de futur. Propostes | 56 |
| 10.Conclusions | 58 |
| Bibliografia | 59 |
| Índex d'annexes | 61 |

Índex d'imatges

| | |
|--|----|
| Imatge 1: La barca San Jose deixant anar les xarxes..... | 12 |
| Imatge 2: “El que s’espera de la reforma pesquera de la UE” | 20 |
| Imatge 3: Mapa geològic de la zona del Cap de Creus..... | 25 |
| Imatge 4: Panoràmica del Monestir de Sant Pere de Rodes amb el Port de la Selva de fons i Sant Salvador de Verdera | 30 |
| Imatge 5: Vista aèria del Port de la Selva..... | 31 |
| Imatge 6: barca de pesca i barca de passatgers a Cala Prona | 35 |
| Imatge 7: el Suquet a Cala Prona | 37 |
| Imatge 8: fulletó publicitari per les dues cares..... | 44 |
| Imatge 9: cartell publicitari..... | 45 |
| Imatge 10: lona publicitària penjada a la barca San Jose | 45 |
| Imatge 11: Moment del rodatge del 4t capítol GR:Pirineus..... | 51 |
| Imatge 12: cartell publicitari de la jornada | 55 |

Índex de gràfics i taules

| | |
|--|----|
| Gràfic 1: visitants al Parc Natural del Cap de Creus. Any 2009..... | 27 |
| Gràfic 2: visitants al Parc Natural del Cap de Creus. Any 2010..... | 27 |
| Gràfic 3: Tipus d’interès a l’Espai Cap de Creus i al Palau de l’Abat. Any 2011 | 29 |
| Gràfic 4: nombre de consultes totals a l’oficina de turisme del Port de la Selva. Anys 2010 i 2011 | 32 |
| Taula 1: nombre de consultes totals a l’oficina de turisme del Port de la Selva. Any 2011 | 32 |

Pròleg

Aquesta iniciativa neix en el moment en que el turisme que predomina a la Costa Brava és madur i demana una oferta complementària al de sol i platja al destí. També és un moment en que sorgeixen noves destinacions turístiques i un nou perfil de públic, el qual és més exigent.

Degut al creixement de la competència tant en les destinacions com en l'oferta d'activitats, es pensa que aquest projecte és una oportunitat per al turisme d'experiències, no només pel que ve de lluny, sinó que es creu que el turisme de proximitat també hi encaixa a la perfecció. Així també es canvia la mirada del turisme de costa, en que no només es basa en platja i visites als museus.

No es parla tant sols de la creació i gestió d'una activitat que ja actualment té un ressò important, sinó també dels motius que han conduït al canvi de "xip" de moltes persones, tant dels turistes com dels empresaris, i també a nivell polític i mediambiental. D'aquesta manera és molt més senzill entendre com d'un sector que cada cop s'està empobrint més ha sorgit una idea que a mig-llarg termini pot ajudar a recuperar els recursos propis del territori, els quals amb la sobreexplotació estan desapareixent.

S'ha utilitzat el terme "polític", i no és una errada. L'Administració hi té un paper molt important, ja que és sota les seves ales que es pot treballar d'una forma o d'una altra, és a dir, tot tipus d'activitat que contribueixi a la preservació del medi, de les costums i tradicions, necessita un recolzament polític i legislatiu.

El treball que es presenta a continuació tenia una estructura molt limitada en el seu inici: es tractava d'elaborar un pla de comunicació per a un projecte de pesca-turisme anomenat Pesca Turisme Cap de Creus, una activitat molt recent i innovadora a la Costa Brava, el qual fa tant sols un any que està en moviment. En el transcurs de la seva planificació es va creure que una activitat d'aquestes característiques cal ser explicada, que abans de poder planificar-ne un futur que en garanteixi l'èxit cal, primer, explicar en què consisteix, com funciona i quina és la filosofia de treball d'aquesta per tal de que .

Agraïments

∞ Primer, i per damunt de tot, a la Silvia Grau, quasi-doctora, professora de la Universitat de Girona i gestora de la Xarxa de Municipis Indians de Catalunya. Tant amb la primera proposta de treball, com en la segona i la que tenen ara mateix a les seves mans s'ha interessat i entusiasmat en totes i, durant tot el procés del treball, ha estat a punt per donar el vist i plau i també les crítiques (constructives) sobre el treball.

∞ Al mateix nivell que la Sílvia hi hauria d'haver en Salvador Manera, patró de la barca San José a El Port de la Selva, i Marcel Gutinell, guia naturalista, per la oportunitat que van donar de poder formar part del seu equip.

∞ A l'Estefania Fentes, de l'Àrea d'educació ambiental, divulgació i ús públic del Parc Natural de Cap de Creus, per facilitar tota la informació necessària sobre el parc, incloses les memòries i dades recopilades per ells mateixos.

∞ A en Philippe Verdoodt, tècnic de Turisme de Llançà, que sense ser-ne del tot conscient ha animat a que Pesca Turisme Cap de Creus anés prenent forma.

∞ A la Núria Oliva, tècnica a l'Ajuntament d'El Port de la Selva, sempre disposada a fer un cop de mà, fins i tot en la temporada alta.

∞ A l'Anna Mata, gestora de la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya, que malgrat el poc temps de que disposava ha dedicat uns minuts a escoltar les preguntes i respondre-les.

∞ I per acabar, a en Jordi, del qual se n'han rebut les crítiques i correccions, i a la família i als amics, incondicionalment al costat.

1. Motivació

Hi ha diversos motius pels quals s'ha escollit el pesca-turisme per a aquest projecte.

Per una banda perquè va sorgir la oportunitat de col·laborar i participar en aquest projecte de producte de turisme cultural. L'equip estava format per dues persones; el patró de barca i el guia naturalista. La idea que tenien era la de poder mostrar una de les arts de pesca tradicional a tothom que hi estigués interessat i les tasques que van demanar van ser principalment les de comunicació, ordenació i disseny i control d'impressions tant en paper com digitalment.

Per una altra banda, el fet de que a la població natal, el Port de la Selva, es creés un producte innovador de la mà d'unes persones que en aquests moments estan passant unes èpoques molt difícils en la seva feina per la manca de peixos i la pujada dels preus del gasoil, van ser font d'inspiració a pensar que el poble necessitava primer de tot una diversificació del producte turístic ofert, i també, obrir les portes a un tipus de turisme diferent al de sol i platja podent, també, desestacionalitzar la temporada oferint activitats també en altres èpoques de l'any.

Finalment, l'estudi del Màster en Turisme Cultural ha proporcionat eines essencials, les quals han estat facilitades pels coneixements adquirits al llarg de la formació. Així, s'ha sabut comparar com a altres indrets ja s'estava posant en pràctica aquest tipus de projecte i, d'aquesta manera, desenvolupar-lo a El Port de la Selva, adequant el producte a la zona on es troba i integrant les activitats dins l'entorn, definint uns objectius clars i per a un públic específic ben definit conforme la magnitud d'aquestes activitats i dels recursos utilitzats.

A partir d'aquí, tant a nivell personal com professional i amb els coneixements adquirits es voldrien fer algunes aportacions més com a projecció de futur mitjançant la realització d'accions comunes amb altres poblacions i entitats, o bé a nivell particular.

2. Objectius

Implementació, gestió i organització d'un producte innovador a la Costa Brava nord, el Pesca Turisme Cap de Creus.

Objectius secundaris:

- ∞ diversificar la oferta turística a l'entorn, potenciant els recursos locals de forma sostenible i amb qualitat i conscienciant al visitant de la necessitat del respecte pel medi ambient i els motius pels quals cal conservar-lo i preservar-lo.

- ∞ potenciar el consum de peix de proximitat el qual s'ha perdut el costum de prendre'n i és molt saludable i també bo de gust.

- ∞ sensibilitzar sobre la pesca tradicional com a patrimoni intangible. No tan sols la pesca en sí, sinó també el vocabulari del mar, les arts que s'utilitzen, les eines, els noms dels peixos,...

- ∞ promoure les diferents activitats relacionades amb el mar i el patrimoni marítim que es realitzen en aquest espai.

- ∞ donar valor afegit tant a la zona com a l'activitat en sí, dins el context del Cap de Creus, un paratge únic arreu.

- ∞ crear sinèrgies amb altres sectors com és el privat per tal de promoure el producte i també perquè s'hi impliqui en el foment de consum de productes locals i de proximitat.

- ∞ organitzar, en un futur, esdeveniments o activitats comunes amb altres poblacions de la zona de la Mar d'Amunt, la zona nord del Cap de Creus, relacionades amb el mar.

3. Metodologia

Aquest treball requereix una metodologia molt precisa adaptada als objectius que es volen aconseguir.

Primerament ha calgut documentar-se bibliogràficament en patrimoni i turisme cultural, en temes legals sobre la pesca i el turisme, així com també trobar algun referent de pla de comunicació en el qual es pogués basar el projecte, als quals s'hi ha accedit a través de fons d'informació primària i secundària, destacant els recursos electrònics que ofereix la biblioteca de la Universitat de Girona.

En el procés de recerca sobre pesca i turisme s'han identificat projectes semblants ja existents, la qual cosa ha facilitat l'enteniment de com la pesca i el turisme, dos sectors que no s'havien complementat mai, al moment d'unir-se han creat una oferta turística, i alhora, una demanda. Amb aquest coneixement s'ha contribuït a la professionalització de Pesca Turisme Cap de Creus.

S'ha comptat amb l'ajuda de professionals i entesos tant en el sector pesquer com en el sector marítim, els quals han guiat d'alguna manera la direcció d'aquest projecte, i també a completar i aclarir conceptes. Aquestes persones han estat pescadors, guies naturalistes especialitzats en el Parc Natural de Cap de Creus i tècnics en turisme de la zona. A través dels tècnics de l'Oficina de Turisme del Port de la Selva i dels tècnics del parc Natural de Cap de Creus s'ha aconseguit tota la informació referent a l'entorn on es desenvolupa l'activitat i també de les dades estadístiques del nombre de visitants.

Després d'obtenir tota la informació necessària, ordenar-la i analitzar-la, s'ha pogut desenvolupar el marc teòric del treball. La literatura sobre patrimoni i turisme cultural i del marc legal en quant a pesca i turisme ha permès definir el seu concepte i tenir una breu visió sobre les seves característiques, així com també comprendre els motius pels quals es duu a terme una activitat com aquesta.

S'ha procedit al treball de camp, possiblement l'apartat més important d'aquesta metodologia, en els indrets on es realitzen les activitats per tal de conèixer l'entorn i rebre els coneixements necessaris per a elaborar aquest projecte. El treball de camp es pot estructurar en 2 parts:

- ∞ Coneixement de l'activitat
- ∞ Coneixement de l'entorn on es desenvolupa

En la primera part, ha estat necessari reunir-se amb els creadors de Pesca Turisme Cap de Creus, els quals han explicat el projecte i els motius pels quals l'han volgut desenvolupar a El Port de la Selva. En aquest moment també s'han explicat els objectius que volen aconseguir, el públic objectiu al qual s'adrecen i els detalls sobre el funcionament de les activitats pensades.

Per a la segona part, un cop s'ha entès bé el concepte de pesca-turisme i com es duu a terme aquesta activitat, s'ha realitzat una sortida amb el pescador i el guia naturalista. Malgrat que l'autora d'aquest projecte ja és coneixedora de la zona, creu que aquest ha estat un dels moments més importants per a aquest projecte, ja que no es tracta tant sols d'observar com es desenvolupa l'activitat, sinó també de viure una experiència al veure la sortida del sol des d'una barca de pesca, de sentir les olors que el mar porta i notar la brisa marina. A més, ha estat necessari tenir una mirada des del punt de vista d'un turista, d'algú que no coneix gens la zona ni tampoc està familiaritzat amb el mar i tot el que això engloba.

Un cop s'ha realitzat l'activitat, s'ha procedit a l'escriptura de tot el que s'ha après.

En el projecte es planteja també un pla de comunicació, el qual s'ha desenvolupat mitjançant la lectura d'altres plans de comunicació i on s'hi exposa tots aquells actes que s'han fet, es fan i es faran per a promocionar Pesca Turisme Cap de Creus. El pla de comunicació es divideix en 3 blocs:

- ∞ Xarxes socials i Internet
- ∞ Intermediaris
- ∞ Accions populars

En el primer punt es tindran en compte totes aquelles eines que Internet ha posat a l'abast de la mà, sobretot amb les eines de màrqueting 2.0. En el segon punt es consideren les agències de viatge, els hotels i altres establiments com a intermediaris per a poder vendre aquest producte. I finalment, les accions populars són xerrades, conferències i actes que es desenvolupen en el marc de la pesca al Cap de Creus.

Per a acabar es presenten diverses propostes de futur. Com s'ha comentat, es volen desenvolupar actes de promoció de Pesca Turisme Cap de Creus, però cal crear, organitzar i gestionar diverses accions. Aquestes projeccions de futur tindran en compte formes de gestió i també de promoció de Pesca Turisme Cap de Creus a un nivell més ampli que l'actual, és a dir, a nivell nacional i internacional, les quals difondran el missatge de turisme sostenible i de respecte pel medi ambient que els creadors han ideat.



Imatge 1: La barca San Jose deixant anar les xarxes

Font: elaboració pròpia

4. Introducció

Actualment ens trobem en un moment en que la societat en el sector del turisme està en ple desenvolupament creatiu, es treballa en projectes per fer productes i activitats més atractives tant turísticament com culturalment.

La creativitat està relacionada amb la cultura, que demana uns equipaments concrets i alhora atrau a les persones interessades en cultura. Com ja se sap, la cultura intervé en moltes preses de decisions, com ara les planificacions urbanístiques, abordar temes socials,....

Segons Richard Florida (2009. *Les ciutats creatives*), la classe creativa són “les persones que el seu principal recurs de treball és crear: artistes, dissenyadors, informàtics,... qualsevol professió pot ser creativa i que hi doni un valor especial”. Així doncs, entenem que el recurs econòmic més gran és la creativitat humana.

4.1. Cultura

Parlant de cultura, en aquest projecte cal fer especial esment en el patrimoni cultural intangible, el qual són els usos, representacions, expressions, coneixements i tècniques que les comunitats, grups i individus reconeixen com a part integrant del seu patrimoni cultural i el qual es transmet de generació en generació, recreant-lo en funció del seu entorn, dotant-los d'identitat i continuïtat, contribuint, així, al foment del respecte per la diversitat cultural i la creativitat humana (UNESCO, 2003)

Però a tot això, no s'ha de considerar el patrimoni cultural com a complement a la oferta d'un destí turístic per a un nínxol de mercat específic, sinó que cal que el recurs cultural esdevingui una de les atraccions principals del destí, passant a ser un producte que pot generar riquesa i llocs de treball. Per a aconseguir això és necessària una bona gestió dels recursos patrimonials. Aquesta gestió és molt complexa, ja que s'ha de conèixer molt bé cada tipus de patrimoni per a poder-lo planificar i difondre correctament i cap al segment de mercat escollit, i posteriorment poder-ne fer els controls pertinents. Avui en dia la seva gestió garanteix la permanència reviscuda del patrimoni, buscant-ne noves funcionalitats, i només aquesta gestió és capaç de canalitzar les noves realitats del turisme, vinculat a la societat actual. El patrimoni, però, requereix també unes eines de protecció, actualment regulades per la Llei espanyola de 1985 i, en el cas de Catalunya, per la La Llei 9/1993 de 30 de setembre del Patrimoni Cultural Català.

4.2. Turisme Cultural

El turisme té els seus inicis durant el Renaixement, quan Thomas Cook va editar el seu primer llibre de viatges quan es va adonar que les persones seguien itineraris ja definits i es deixaven guiar pels consells. En aquella època, es considerava que els grans burgesos eren turistes culturals, els qual relacionaven la cultura amb ser culte, enriquir-se amb una *operetta* o bé recorrent a l'aprenentatge del llatí, considerada llengua culta. "El turisme cultural és, essencialment, una construcció social, un artefacte creat des del Romanticisme, que segueix unes pautes relativament previsibles" (Donaire, 2008).

A principis dels anys 80 els habitants de Gran Bretanya consideraven que les restes industrials eren patrimoni i calia protegir-lo. Aquests van ser els indicis de la presència de nous turistes culturals arran del desenvolupament del turisme industrial, detectats a través d'un augment en les visites als museus, de les pernoctacions en ciutats monumentals i en l'increment del "cultural" com a motivació principal en les enquestes en diversos llocs de tots els continents (Donaire, 2008).

En les societats modernes, la cultura adquireix una importància creixent, i el turisme no en queda al marge. La demanda turística actual es caracteritza per la sensibilitat cultural, la protecció de la identitat i el respecte pel medi ambient. Per tant, cada vegada més els turistes demanen atractius culturals i aprofiten el desplaçament que suposa l'activitat turística per conèixer la cultura local i el patrimoni del destí (Peñarroya, 2011).

Hi ha diverses definicions de turisme cultural, com ara la Carta Internacional sobre Turisme Cultural de 1976, o la de la OMT (organització Mundial del Turisme) en que el 1985 va descriure'l a nivells generals com "el moviment de persones per a satisfer la necessitat humana de diversitat, orientats a elevar el nivell cultural de l'individu, facilitant nous coneixements, experiències i troballes". Però la més acceptada és la de ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education) en que el turisme cultural és "el moviment de persones fora del seu lloc de residència amb la intenció d'obtenir una nova informació i experiència per a satisfer les seves necessitats culturals".

La Carta Internacional sobre Turisme Cultural d'ICOMOS (1999, revisió de l'anterior Carta Internacional sobre Turisme Cultural de 1976) basa el turisme i el patrimoni cultural en 6 principis:

1. Des de que el turisme nacional i internacional s'ha convertit en un dels vehicles més importants per a l'intercanvi cultural, la seva conservació hauria de proporcionar oportunitats responsables i ben gestionades als integrants de la comunitat amfitriona, així com proporcionar als visitants l'experimentació i comprensió immediates de la cultura i patrimoni d'aquesta comunitat.
2. La relació entre els llocs amb patrimoni i el turisme és una relació dinàmica i pot implicar valoracions trobades. Aquesta relació hauria de gestionar-se de forma sostenible per a l'actual i per a les futures generacions.
3. La planificació de la conservació i del turisme en els llocs amb patrimoni hauria de garantir que l'experiència del visitant valgui la pena i li sigui satisfactòria i agradable.
4. Les comunitats amfitriones i els pobles indígenes haurien d'involucrar-se en la planificació de la conservació del patrimoni i en la planificació del turisme.
5. Les activitats del turisme i de la conservació del patrimoni haurien de beneficiar a la comunitat amfitriona.
6. Els programes de promoció del turisme haurien de protegir i elogiar les característiques del patrimoni natural i cultural.

Considerant aquests principis ha nascut una forma de turisme cultural molt recent, el pesca-turisme. El pescador artesanal actualment també pateix els estralls que la sobresaturació d'embarcacions de pesca ha provocat els darrers anys a les costes catalanes. El pescador, mitjançant unes visites turístiques pot aconseguir sensibilitzar als visitants de la dificultat d'aquest ofici tant antic, i, alhora, pot oferir al destí una oferta turística diferent i innovadora.

4.3. Pesca-Turisme

Actualment són diverses les zones que potencien aquest recurs com a producte turístic. Itàlia és el país pioner en aquesta tipologia de turisme. Actualment, es practica aquesta activitat regularment a diferents espais del país, com són Venècia, Sardenya o Emilia Romagna, entre altres.

A Itàlia, el pesca-turisme es va reglamentar pel Decret Ministerial de 13 d'abril 1999, número 293, amb l'objectiu de difondre la cultura del mar i la pesca i totes les activitats encaminades a sensibilitzar i millorar el medi ambient coster per a un públic que practica el turisme sostenible més proper a la pesca comercial. Aquesta activitat

va ser una proposta molt innovadora per a satisfer les necessitats de diversificació de pesca i per reconstruir una part del mercat turístic existent, que alhora respon als criteris d'un turisme responsable.

D'ençà l'entrada d'Espanya a la Unió Europea (UE) l'any 1986, el marc legislatiu de referència de la política pesquera és el que marca la Comissió amb la seva Política Pesquera Comuna (PPC). La PPC estableix quotes per a limitar la quantitat de peix de cada espècie que els estats membres de la UE poden capturar i fomenta la indústria pesquera mitjançant intervencions en el mercat. Però aquesta PPC fins ara bàsicament és aplicable a l'Atlàntic, mentre que per a la Mediterrània no s'ha desenvolupat prou una política pesquera pròpia i això dificulta encara més la qüestió.

Pel que fa a la política pesquera de l'Estat Espanyol, aquest es reserva totes les competències relatives a la pesca marítima en les aigües territorials i deixa al govern autonòmic competències només en aigües interiors i en els aspectes relatius a l'ordenació del sector com són la comercialització, organitzacions, construcció i modernització dels vaixells de pesca, etc.

A l'hora de buscar exemples a Espanya, se n'exposen 2 a punts oposats de la península que treballen diferents formes de pesca:

4.3.1. Pescanatur, Galicia

Un exemple d'aprofitament del recurs de la pesca a nivell autonòmic es troba a Galicia, amb Pescanatur.

Pescanatur és una associació sense ànim de lucre, nascuda a finals de l'any 2006, mitjançant la posada en marxa d'activitats de turisme mariner, amb la finalitat d'acostar a tothom interessat en el mar de Galícia, fomentant el coneixement i la cultura, posant en valor els seus productes i transmetent l'autenticitat de la feina al mar. Actualment hi ha tres confraries que integren aquesta entitat: la confraria de San Martiño de O Grove, la de Sant Relmo de Pontevedra i la de San Xosé de Cangas.

El projecte va néixer per a diversificar l'economia local amb la idea de recuperar la rendibilitat del sector pesquer i mariner. Com que a Galícia cada cop hi ha més afluència de visitants, es va considerar unir el sector pesquer amb el turístic buscant un recolzament econòmic per millorar la situació dels professionals al mar com una alternativa de turisme sostenible, que no faci malbé el medi ambient i que mantingui el contacte amb la naturalesa, els mariners i la cultura.

Diferint del que es diu a la seva pàgina web, les activitats que realitzen actualment només es duen a terme a San Martiño O Grove. Aquestes són dirigides a posar en valor el món del mar, fomentar el coneixement i la cultura d'aquest, dinamitzar l'entorn social i el respecte pel mar, oferint al visitant una oportunitat de viure amb ells un autèntic dia al mar. A totes les activitats proposades, a la tornada, el patró acompanyarà el visitant a la llotja on li explicarà com arriba el peix i el marisc capturats, es pesca i s'etiqueta i després es subhasta. Les rutes que s'ofereixen són:

- ∞ Marisqueig a peu, en que es posa en valor la feina de la dona marisquera. Aquesta no té un horari fix, sinó que depèn de l'hora que la marea és baixa. Es realitza de dilluns a divendres no festius i dura unes 2 hores. Està dirigida tant a nens com a gent gran. Durant aquesta estona les mariscadores expliquen com fan la distinció de les espècies, i després es visita la llotja, on mostren com preparen la captura per a, més tard, ser venuda a la subhasta. El preu és de 7€ per persona.

- ∞ Ruta litoral, en que es passa una jornada de 8 hores a una barca de pesca litoral, en que se surt a les 7 del matí, aproximadament. Com que cal preparar unes autoritzacions per a que les persones que hi van es puguin enrolar com a tripluació aliena, cal avisar amb una setmana d'antel·lació. Es permet un màxim de 4 persones, els quals han de ser majors de 12 anys i es pugui valdre per si mateixos. El preu és de 40€, el qual inclou els tràmits i el lloguer de botes i armilles. Cadascú haurà de dur el seu propi esmorzar i dinar.

- ∞ Visita a la llotja del peix. Aquesta és a les 4 de la tarda i dura una hora aproximadament, en que es veu com es prepara la captura per a la subhasta i expliquen el procediment per a donar un preu de sortida a una espècie i com aquest preu va variant. El preu és de 7€ per persona.

4.3.2. Pesca Turisme Barcelona

A Catalunya ja es troba una modalitat de pesca-turisme amb barca de pesca d'arrossegament (peix blanc i marisc), anomenada Pesca Turisme, a Barcelona. En quant al marc legislatiu d'aquesta modalitat amb el turisme, no hi ha un decret que reguli aquesta activitat. Al no estar normativitzat, el sistema de facturació ha de ser tant sols sobre la pesca, i mai sobre el turisme, és a dir, només del que s'ha extret del mar i no del que el visitant ha pagat per a assistir a una jornada de pesca.

La seva principal motivació per a la creació d'aquesta activitat va ser la greu crisi que pateix el sector pesquer per la falta de tripulants, per unes elevades despeses d'explotació provocades sobretot per l'augment del preu del gasoil, per la baixada del

preu en el valor de les captures, i per la disminució de les captures en determinades èpoques de l'any. Són conscients de que a Espanya el marc jurídic no contempla la possibilitat que les embarcacions pesqueres puguin embarcar turistes. Tot i això, des de l'OAPC (Organització d'Armadors de Pesca de Catalunya) van sol·licitar una autorització de l'activitat dins d'un marc regulador, en que la resposta va ser negativa, i en col·laboració amb l'administració pública de la Generalitat de Catalunya van proposar fer unes sortides experimentals per a avaluar l'activitat. Avui en dia, aquestes sortides s'estan realitzant durant tot l'any, excepte en dies de meteorologia adversa.

El sistema operatiu de Pesca Turisme de Barcelona consisteix en sortir de matinada, seguint l'horari de pesca d'arrossegament, és a dir, a les 5:30 de la matinada aproximadament i es torna pels volts de les 6 de la tarda. Cal avisar i reservar amb almenys 5 o 6 dies d'antel·lació per tal de que es disposi de temps suficient per a assegurar les persones que realitzaran l'activitat. Com que es tracta d'una jornada laboral, i per tant, de feina intensa, es dirigeixen a un públic d'entre 18 i 65 anys. El preu és de 100€ per persona aproximadament, depenent del tipus d'embarcació, que inclou la jornada sencera, rebre formació per part del patró de la barca, tres àpats (esmorzar, dinar i berenar) i una bossa amb una part del que s'ha capturat durant la jornada.

5. Antecedents

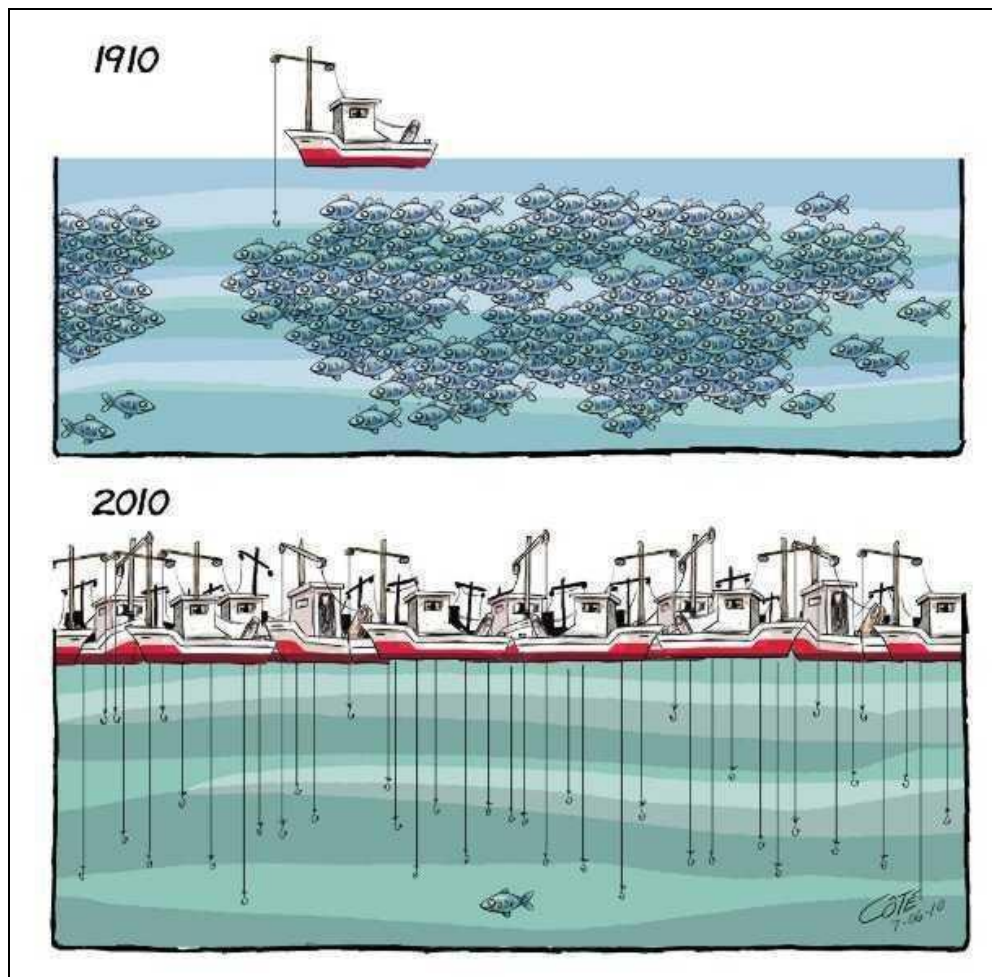
Al s. XVII l'Ajuntament de Cadaqués va redactar un contracte pel qual llogava Cala Prona per un període de 20 anys al poble llavors anomenat La Selva per una quantitat força elevada de diners. Aquest lloc és conegut entre els pescadors per a la pesca de la tonyina. Al cap d'uns anys, però, La Selva va decidir anular el contracte. L'Ajuntament de Cadaqués reclama igualment el pagament complet que s'havia acordat amb el contracte. Els vilatans de La Selva no van tenir més remei que efectuar el pagament i no van poder anar a pescar la tonyina a la zona de Cala Prona, la qual cosa va dur força pobresa a la població durant uns anys.

Més tard, l'any 1551 es va fer un acord entre Llançà i La Selva, pel qual els pescadors de Llançà podien entrar al terme municipal de La Selva. En aquell any el Port de la Selva encara no existia (fins el 1787) i els pescadors disposaven de barraquetes on hi guardaven els estris de la pesca, així que disposaven de 5 espais repartits des de La Platja de la Vall fins a La Birba, on es poden contar unes 40 barraques en total. Això és un fet significant de que a La Selva existia una bona indústria pesquera. L'acord que s'esmenta de l'any 1551 es va realitzar per un motiu de molt de pes, i és que el mar de Llançà era i encara és petit, és a dir, des de la platja i fins a molt endins el sòl és ple de sorra i algues (posidònia).

Segons el Dr. Josep Lloret, biòleg, la pesca és una activitat cultural i de conservació del patrimoni natural. Concretant a la pesca artesanal, es considera una pesca sostenible ja que amb els diferents tipus de pesca afecta a diferents tipus de fons marí, i no a un de concret, compleix sempre amb la normativa de les mides de peix que es pot pescar segons la normativa vigent, i també perquè no sobre explota els recursos ja que no és selectiva, és a dir, que no escull unes espècies de peix concretes.. Altres tipus de pesca es dediquen a capturar un peix d'unes característiques determinades, la qual cosa comporta el risc de que es capturi peix d'un sexe concret, alliberant el peix de l'altre sexe, contribuint, així, a la dificultat de procreació. Val a dir, també, que les espècies costaneres són de creixement lent, les quals si es capturen en mides inferiors a les legals, cal alliberar-les immediatament per a que creixin, es desenvolupin, procreïn i arribin a la mida necessària per a ser pescats de nou i, posteriorment, consumits.

Avui en dia la feina d'un pescador artesanal corre perill de desaparèixer, i són diversos els motius pels qual es pot afirmar: un d'ells és el canvi climàtic, que també

afecta al fons marí provocant que tipus de peix ja no es trobin al mateix lloc on s'han trobat durant segles degut a la temperatura del mar; amb aquests canvis, els pescador artesanal no troba els espècimens “de tota la vida”, sense els quals no es pot guanyar el sou, ja que a més, la demanda de peix és variant i segueix tendències de consum; i també, degut a aquestes problemàtiques, el jovent no vol dedicar-se a aquesta feina i, per tant, no hi ha unes futures generacions que vulguin aprendre l'ofici per a dedicar-s'hi.



Imatge 2: “El que s’espera de la reforma pesquera de la UE”

Font: 5 Terre Academy, Underwater research and Team Rescue

Potser allò més rellevant de la legislació pesquera vigent a Catalunya és que la normativa bàsica aplicable és la legislació general espanyola per a la Mediterrània. Així, a Catalunya, la pesca d'arrossegament, la de palangre, els arts menors i la pesca de la tonyina són regulades per lleis aplicables de la mateixa manera a tota la Mediterrània, mentre que les teranyines ho són per una llei d'abast estatal.

Cal remarcar el motiu pel qual els passatgers no podien anar amb la barca de pesca, i és que les llicències atorgades especifiquen que tant sols poden embarcar el titular de la barca i la tripulació (Llei 1/1986, del 25 de febrer, de pesca marítima de Catalunya). Per aquest motiu, si el passatger havia de pujar a la barca de pesca, calia fer una assegurança expressa. Depenent del tipus d'embarcació i de pesca, possiblement una assegurança extra no repercuteix en el dia a dia. El veritable problema es trobava en el moment de poder mostrar sobre paper els diners que es reben de l'usuari i detallar que es rebien de part d'una persona que ha gaudit d'una jornada de pesca com a turista.

En la Llei 2/2010 del 18 de febrer, de pesca i acció marítimes, en les disposicions finals es té en compte una regulació específica: "Quarta. Regulació específica de les activitats de turisme pesquer i aquícola. El Govern, en el termini d'un any a partir de l'entrada en vigor d'aquesta llei, ha d'impulsar la regulació específica de les activitats de turisme pesquer i aquícola."

El 10 d'agost de 2009 es va publicar una notícia a Hosteltur, la qual expressava que el Consell de Ministres va aprovar el juliol del 2009 un "acord per a impulsar el desenvolupament d'un turisme sostenible, recreatiu i innovador en el medi marí i litoral espanyol". En el mateix article, Lluís Pujol, consultor de l'empresa Tangible diu que "Un dels aspectes més interessants del pesca-turisme és que pot convertir-se també en un producte de turisme gastronòmic, ja que dóna prestigi al producte local".

Aquest mateix any 2012, Hosteltur va publicar una altra notícia el mes d'abril relacionada amb el pesca-turisme i un canvi en el marc legal. En aquest cas, Miguel Arias Cañete, actual Ministre d'Agricultura, Alimentació i Media Ambient del Govern d'Espanya, afirma que el turisme mariner satisfaria una demanda creixent del turisme que demana conèixer la feina del pescador, les seves costums i la forma de vida al mar. En aquest sentit, "des de l'inici de la nova legislatura estan treballant-hi per tal de que aquesta activitat sigui segura per als turistes/passatgers i es trobi un marc legislatiu laboral ideal per als pescadors." Així doncs, el responsable de pesca a Espanya ha assenyalat que estan estudiant les implicacions legals d'aquesta iniciativa amb les comunitats autònomes i els actors econòmics corresponents.

Afortunadament, les comunitats autònomes ja estan treballant per tal de que pesca-turisme es reguli, i cal dir que Catalunya és la primera comunitat autònoma que

ha presentat la normativa específica per a aquesta activitat¹. Aquest Decret “ha de permetre al sector de la pesca, el marisqueig i l'aqüicultura d'assolir una diversificació i millora econòmica, la promoció dels seus productes i, alhora, l'apropament de la ciutadania des de diferents perspectives com ara la cultural, la gastronòmica, la tecnològica o la social.”

Malauradament, la llei governamental encara va un pas enrere i aquest decret queda condicionat a la llei que s'espera, la qual ha de complimentar la disposició final quarta de la Llei 2/2010, de 18 de febrer, de pesca i acció marítima, abans esmentada.

En aquest treball es desenvolupa aquesta activitat innovadora de pesca-turisme la qual el Decret la defineix com “activitat complementària de la pesca professional consistent en la pesca extractiva o de demostració a bord d'embarcacions pesqueres per persones professionals del sector, mitjançant contraprestació econòmica, orientades a la valorització i la difusió de les activitats i productes del sector així com dels costums, tradicions, patrimoni i cultura marinera.” En el cas de Pesca Turisme Cap de Creus, es duu a terme a través d'una barca de pesca d'arts menors, la qual actualment ja funciona a El Port de la Selva, una població alt empordanesa, limítrof amb El Cap de Creus, una zona especialment protegida, que amb l'objectiu de diversificar l'oferta a la Costa Brava aconsegueix, alhora, una molt bona rebuda i suport per part d'entitats les quals lluiten per a la sensibilització de l'entorn, com és el Parc Natural del Cap de Creus.

¹ Decret 87/2012, de 31 de juliol, sobre la pesca-turisme, el turisme pesquer i aquícola i les demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya.

6. Situació geogràfica

6.1. La Mar d'Amunt

La Mar d'Amunt comprèn el territori situat al nord del Cap de Creus. És un territori abrupte on el Pirineu arriba al mar, la seva geologia excepcional i l'acció de la mediterrània han configurat un litoral rocós, de petites cales amb roques inspiradores de molts artistes.

Degut a l'interès natural i patrimonial d'aquesta zona, s'hi situen dues àrees protegides: el Paratge Natural d'Interès Nacional de l'Albera i el Parc Natural de Cap de Creus.

6.2. El Parc Natural del Cap de Creus

Els parcs i els paratges naturals són indrets privilegiats per a la pràctica d'esports i activitats a l'aire lliure de tot tipus, en racons dels més bells del de Catalunya.

La gestió dels parcs naturals, segons el propi Parc Natural, està encarada a fer que el visitant pugui gaudir del seu temps lliure coneixent, apreciament i estimant la natura i tots els seus valors patrimonials.

Les diferents activitats que es poden dur a terme als parcs i als seus voltants han de contribuir a un triple objectiu:

- ∞ Oferir una experiència turística de qualitat al visitant.
- ∞ Contribuir al desenvolupament econòmic de les comarques on s'ubiquen els parcs.
- ∞ Sensibilitzar i implicar la població en la necessitat de conservar el patrimoni natural.

El Parc Natural de Cap de Creus va rebre aquest nom amb la Llei 4/1998, de 12 de març, de protecció de Cap de Creus. Amb el Pla Especial de Protecció del Medi del

Parc Natural de Cap de Creus² es protegeix la península i el seu entorn marí. A més, va ser el primer parc marítime-terrestre del país.

La superfície total del parc és de 13.886 ha, de les quals 10.813 corresponen a la part terrestre i 3.073 a la marina. Dins de la superfície terrestre s'inclouen a més dues reserves naturals integrals.

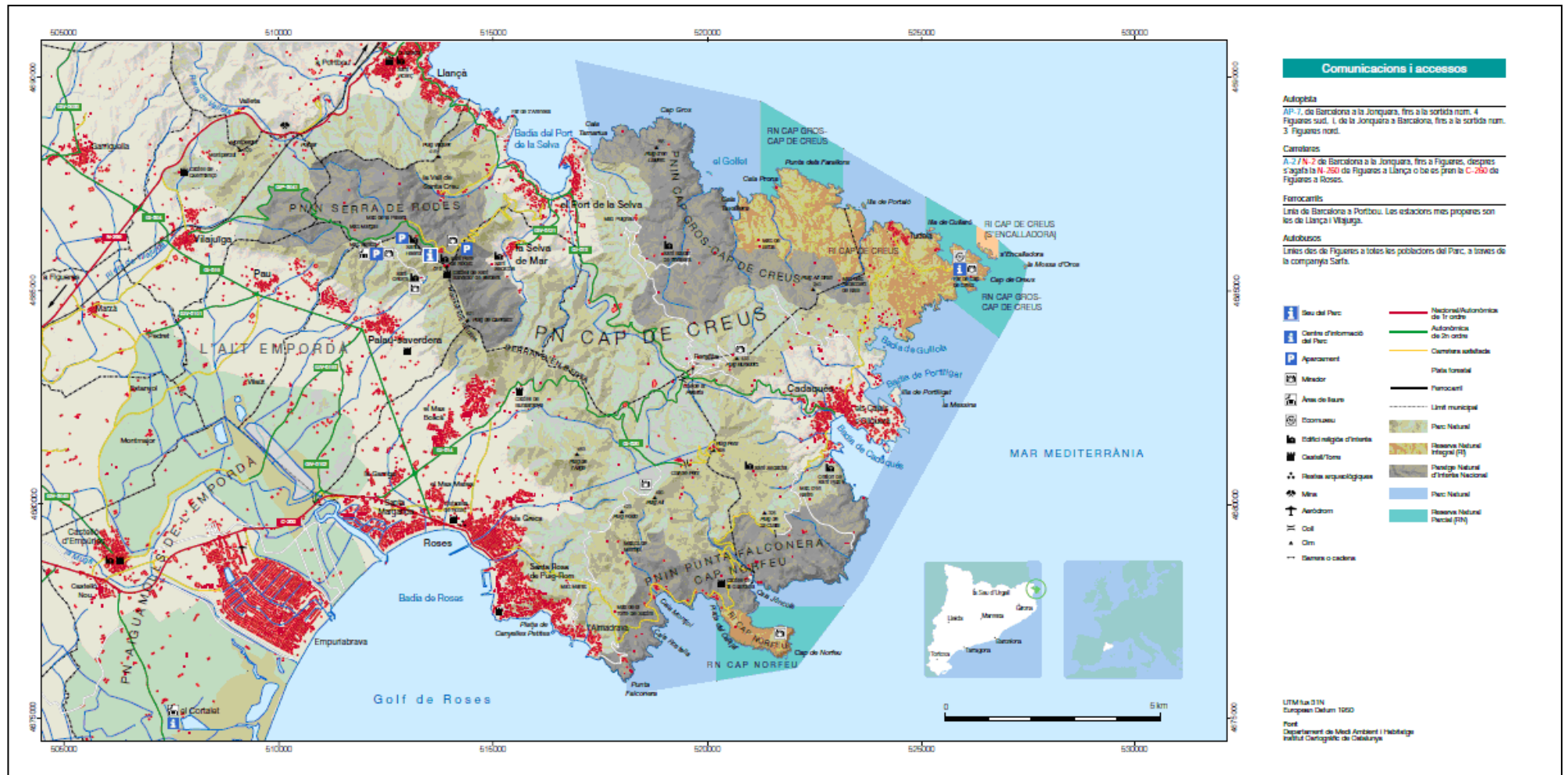
La gestió del Parc Natural del Cap de Creus és enterament pública i depèn de Medi Natural dins del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya, tot i que la seva seu es troba al Monestir de Sant Pere de Rodes, concretament al Palau de l'Abat. Allà hi ha les oficines principals i també un punt d'atenció al visitant.

Les activitats principals que es duen a terme dins del Parc són bàsicament activitats pesqueres, cinegètiques i, en menys intensitat, usos forestals i apicultura. Totes aquestes activitats s'ordenen amb la premissa de fer-les compatibles amb la conservació dels valors naturals del parc.

La caça és una activitat molt arrelada a la zona del cap de Creus i, per aquesta raó, tots els municipis del Parc tenen almenys una àrea privada de caça en el seu terme municipal. Es duu a terme la caça major (únicament el senglar) i la caça menor (la perdiu, el conill, el faisà i el tord, bàsicament). La intensitat de la caça està regulada i es mantenen zones de veda dins de cada àrea privada de caça.

Les activitats forestals dutes a terme dins el Parc són, bàsicament, repoblacions de caràcter protector. La pèrdua de sòl i l'acció dels reiterats incendis són els principals problemes que ha de solucionar la silvicultura que s'està portant a terme dins el Parc.

² Pla especial del medi natural i del paisatge (Resolució MAH/2618/2006, de 28 de juliol, per la qual es fa públic l'Acord del Govern de 20 de juny de 2006, pel qual s'aprova definitivament el Pla especial de protecció del medi natural i del paisatge del Parc Natural de Cap de Creus).



Imatge 3: Mapa geològic de la zona del Cap de Creus

Font: www.gencat.cat Parc Natural del Cap de Creus

L'apicultura és una activitat força important dins el Parc. Els caus que es preparen per a les abelles són de dos tipus: caixes de fusta de color blanc o blau, normalment apilades una sobre l'altra fins a assolir tres o quatre pisos, o bé cilindres de suro, menys utilitzats. El consum de la mel és propi, en la majoria dels casos, tret de les localitzacions amb un nombre més gran de bucs, on ja es passa a comercialitzar-la. Cal esmentar que hi ha la denominació d'origen Mel de Garriguella, amb bucs a Roses i Pau.

La pesca continua essent una activitat econòmica molt important dins el Parc, on hi ha quatre ports pesquers: Roses, Llançà, el Port de la Selva i Cadaqués. Les modalitats que es practiquen en l'àmbit del parc són fonamentalment les arts menors i els palangres de fons i superfície. Dins de les arts menors, però, només es pesca amb l'art de tremall, nanses, cadups i poteres.

Dades estadístiques

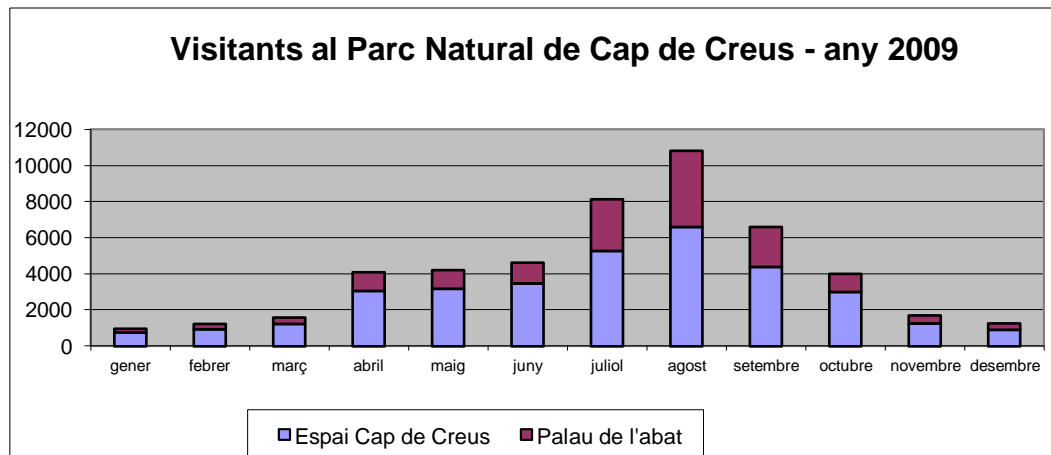
El parc Natural del Cap de Creus compta amb 3 espais d'atenció al visitant:

- ∞ El Palau de l'Abat, del Monestir de Sant Pere de Rodes
- ∞ L'Espai Cap de Creus, al Far del Cap de Creus, el qual depèn de l'autoritat portuària
- ∞ Caials, a Cadaqués. Centre d'Educació Ambiental.

A continuació s'exposen dades estadístiques de visitants a aquests centres:

El punts d'informació del Parc Natural de Cap de Creus han estat visitats durant **l'any 2009** per un total de 48.982 visitants, dels quals un 30,98 % han visitat el Palau de l'Abat (15.177 visitants), i un 69,02 % han visitat l'Espai Cap de Creus (33.805 visitants).

A part dels visitants als punts d'informació, també s'ha fet recompte de vehicles des de 3 punts: Guillola, Norfeu i Tudela. Malgrat que de Norfeu no van recopilar dades, que a Tudela els mesos de novembre i desembre els comptadors no van funcionar i que tots els comptadors van començar a funcionar a partir de l'abril, s'han comptat 202.214 vehicles. Estimant que cada vehicle conté almenys dos passatgers la xifra augmenta fins a 404.428 visitants.

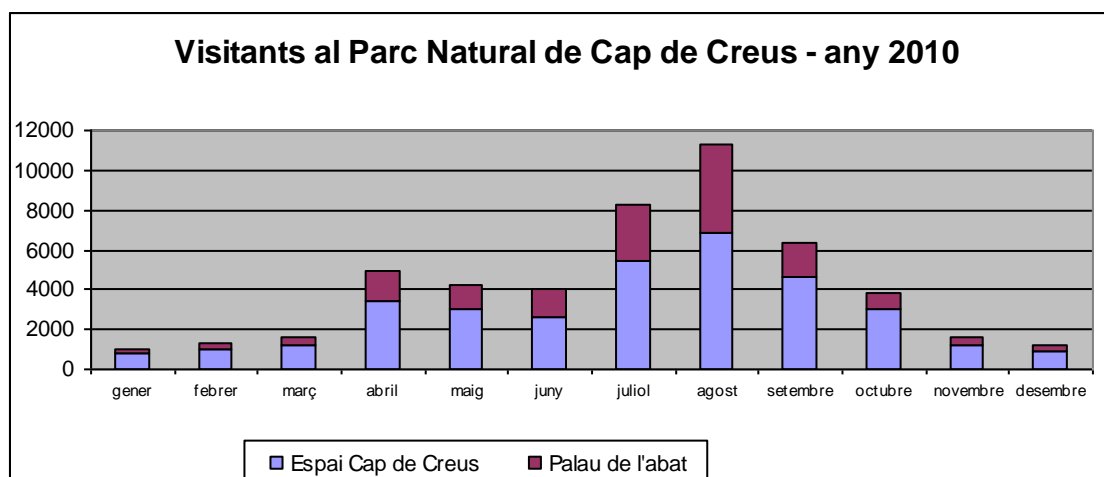


Gràfic 1: visitants al Parc Natural del Cap de Creus. Any 2009

Font: Parc Natural del Cap de Creus

Entre els visitants dels diferents centres i els que se computen a través dels comptadors en surt un total de 453.410 visitants al parc.

El punts d'informació del Parc Natural de Cap de Creus han estat visitats durant **l'any 2010** per un total de 49.855 visitants, dels quals un 31,73 % han visitat el Palau de l'Abat (15.821 visitants), i un 68,27 % han visitat l'Espai Cap de Creus (34.034 visitants).



Gràfic 2: visitants al Parc Natural del Cap de Creus. Any 2010

Font: Parc Natural del Cap de Creus

A part dels visitants als punts d'informació, també s'ha fet recompte de vehicles des de 3 punts: Guillola, Norfeu i Tudela. Malgrat que de Norfeu no van recopilar dades de gener a març i que d'octubre a desembre cap comptador va funcionar, s'han comptat 195.106 vehicles. Estimant que cada vehicle conté almenys dos passatgers la xifra augmenta fins a 390.212 visitants.

Entre els visitants dels diferents centres i els que se computen a través dels comptadors en surt un total de 440.067 visitants al parc.

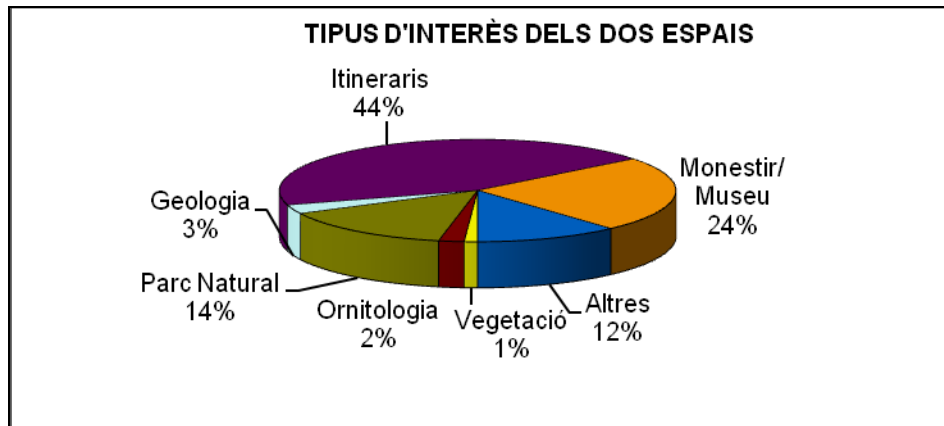
El punts d'informació del Parc Natural de Cap de Creus han estat visitats durant **l'any 2011** per un total de 34.291 visitants, dels quals un 31,73 % han visitat el Palau de l'Abat (12.635 visitants), i un 68,27 % han visitat l'Espai Cap de Creus (21.656 visitants).

A part dels visitants als punts d'informació, també s'ha fet recompte de vehicles des de 3 punts: Guillola, Norfeu i Tudela. Malgrat que de Norfeu no van recopilar dades de gener a març i que d'octubre a desembre cap comptador va funcionar, s'han comptat 245.653 vehicles. Estimant que cada vehicle conté almenys dos passatgers la xifra augmenta fins a 491.306 visitants.

Entre els visitants dels diferents centres i els que se computen a través dels comptadors en surt un total de 525.597 visitants al parc.

Cal dir que, segons les dades de l'any 2011, la gran part de consultes són referents als senders de Gran Recorregut que creuen el parc Natural.

Si estudiem les dades generals obtingudes en el conjunt dels dos espais s'obté aquesta gràfica:



Gràfic 3: Tipus d'interès a l'Espai Cap de Creus i al Palau de l'Abat. Any 2011

Font: Parc Natural del Cap de Creus

El 44% dels visitants visiten els centres d'informació del Parc Natural per cercar informació dels itineraris que es poden realitzar. En segon lloc es demana informació sobre el Monestir en el cas del Palau de l'Abat i del museu a l'Espai Cap de Creus amb un 24% i en tercer lloc es demana altra tipus d'informació del Parc Natural.

6.3. El Port de la Selva

El Port de la Selva és un municipi de la comarca de l'Alt Empordà. El terme municipal inclou la població de la Vall de Santa Creu. La vila del Port de la Selva és al nord de la península del cap de Creus, on s'hi pot arribar des de tres camins diferents; l'un des de Roses passant per la carretera de Cadaqués, un altre per la carretera de Vilajuïga passant pel Monestir de Sant Pere de Rodes, i l'altre passant per Llançà.

Al Port de la Selva s'hi combina la blavor del Mediterrani, la verdor de les vinyes i, aixecant-se arran de mar, les muntanyes de la serra de Rodes, que en aquest sector pren el nom de muntanya o serra de Verdera, amb cims d'alçades destacades, com Sant Salvador de Verdera (670 m) i el puig de Queralbs (621 m).

La morfologia ha donat com a resultat unes costes escarpades com a conseqüència de l'acció erosiva del mar i del vent, amb abundants valls fluvials inundades pel mar, que formen una costa articulada amb nombroses cales pintoresques, caps elevats i penya-segats abruptes.

El Port de la Selva ofereix la possibilitat de tranquils passeigs vora mar, pel port, el Club Nàutic i el camí de ronda, en direcció a Llançà, o bé pel camí de les cales en direcció al Cap de Creus.

El patrimoni cultural del municipi té com a joia preuada el conjunt monumental de Sant Pere de Rodes, declarat Bé Cultural d'Interès Nacional (BCIN)³ pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya el 1997. Aquest conjunt el formen el monestir de Sant Pere de Rodes, el castell de Verdera (o de Sant Salvador de Verdera) i l'antic poble de Santa Creu de Rodes, centrat a l'església de Santa Helena de Rodes.



Imatge 4: Panoràmica del Monestir de Sant Pere de Rodes amb el Port de la Selva de fons i Sant Salvador de Verdera
Font: Angel Blanch

A part d'aquest conjunt excepcional, al terme municipal també hi ha altres monuments d'origen medieval, com ara l'església de Sant Baldiri de Taballera, situada al massís del cap de Creus, arran del sender de llarg recorregut GR11, a uns 5 quilòmetres del nucli del Port.

Escampades pel territori hi ha també restes d'arquitectura popular que, dreçant-se entre la vegetació arbustiva que cobreix antigues zones de conreu, mostren un paisatge fortament humanitzat, amb nombroses parets seques. Altres elements visitables són els forns de rajols de Canavall, al costat del molí de Canavall, un antic molí de gra, i del Corral de l'Almeda.

³ BCIN: segons la llei 9/1993 de 30 de setembre del Patrimoni Cultural Català, article 7, defineix el BCIN com els béns mobles i immobles més rellevants del patrimoni cultural català. Els béns immobles es classifiquen en monument històric, conjunt històric, jardí històric, lloc històric, zona d'interès etnològic, zona arqueològica i zona paleontològica.

El Port de la Selva ofereix la possibilitat d'efectuar un bon nombre d'activitats esportives tant a l'estiu com a l'hivern.

Per una banda, les nombroses alternatives que ofereix el mar:

∞ La badia del Port de la Selva reuneix les condicions adequades per a l'esquí aquàtic, la natació o el rem, amb un mar habitualment tranquil a l'estiu. Es pot aprendre a practicar vela, natació, caiac, etc.

∞ També és un lloc idoni per a la pràctica del windsurf, sobretot quan bufa la tramuntana, que ofereix l'avantatge que sempre porta cap a la costa.

∞ S'hi pot gaudir també de passejades amb vaixell, que permeten descobrir els paratges que amaga el cap de Creus, bé llogant una embarcació, bé fent ús dels creuers que porten per les diferents cales.



Imatge 5: Vista aèria del Port de la Selva

Font: Miguel Angel Alvarez

En terra:

∞ A més dels itineraris que hi ha al voltant del poble, el Port de la Selva presenta un terreny ideal per la pràctica del ciclisme de muntanya (més de 30 km de pistes forestals senyalitzades) i de carretera. Cal destacar que un dels grans recorreguts travessa el poble en direcció a la punta del Cap de Creus, el GR-92.

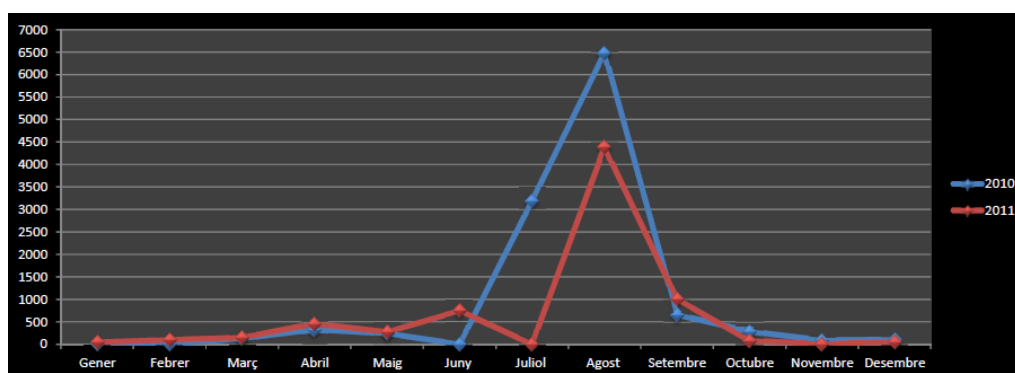
∞ Una altra possibilitat és el parapent, que es practica des de la zona de Sant Salvador de Verdera, on hi ha diverses zones de sortida al voltant del castell. Com a zona d'aterratge s'utilitza la platja de la Ribera del Port de la Selva.

Dades estadístiques

L'oficina de Turisme del Port de la Selva es troba en un edifici al centre del poble, disposant d'una sala molt petita a la planta baixa. Des d'aquí, els últims 2 anys s'han recopilat dades del nombre de visitants i plasmant-ho en paper. Així, doncs, les dades estadístiques de que es disposa són de tan sols 2 anys enrere.

∞ **Consultes totals a l'oficina de turisme. 2010 - 2011**

Per a la observació de la graella i el gràfic següents cal remarcar que octubre, novembre i desembre de 2011 les dades no es van poder recopilar degudament per canvis de personal a l'Oficina de Turisme. A més, el mes de juliol la meteorologia va ser totalment adversa, la qual cosa justifica el gran descens del nombre de visitants respecte l'any 2010. Pel que fa a la resta de mesos, el creixement del nº de visites ha estat notable.



Gràfic 4: nombre de consultes totals a l'oficina de turisme del Port de la Selva. Anys 2010 i 2011

Font: Oficina de Turisme del Port de la Selva

| RECOMPTE CONSULTES 2011 PER TEMÀTICA | | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------|-----------|------------|------------|----------------|--------|---|
| MESOS | TEMÀTICA | | | | | | |
| | Allotj./Rest. | Exc./Act. | Itineraris | Transports | Info. Comarcal | Altres | |
| Gener | 6 | 12 | 15 | 4 | 5 | 0 | *Comptabilitzats a mà amb la plantilla DIN A4 |
| Febrer | 19 | 21 | 20 | 9 | 24 | 5 | |
| Març | 18 | 45 | 30 | 22 | 7 | 29 | |
| Abril | 52 | 137 | 98 | 79 | 26 | 69 | |
| Maig | 54 | 101 | 67 | 41 | 57 | 50 | |
| Juny | 86 | 145 | 215 | 114 | 136 | 84 | |
| Juliol | 229 | 1101 | 455 | 370 | 154 | 326 | |
| Agost | 452 | 1732 | 715 | 654 | 372 | 526 | *Comptabilitzats amb el programa informàtic OTGEST |
| Setembre | 107 | 293 | 266 | 133 | 12 | 138 | |
| Octubre | 25 | 42 | 33 | 18 | 12 | 17 | |
| Novembre | 4 | 2 | 4 | 2 | 0 | 2 | |
| Desembre | 3 | 4 | 23 | 11 | 17 | 22 | |
| TOTAL | 1055 | 3635 | 1941 | 1457 | 822 | 1268 | |

Taula 1: nombre de consultes totals a l'oficina de turisme del Port de la Selva. Any 2011

Font: Oficina de Turisme del Port de la Selva

Com es pot veure a la taula, d'un total de 10.178 visitants a l'oficina de turisme, el 35,71% demanen informació sobre excursions i activitats al poble, que tant poden ser del medi natural com d'oci. En segon, amb un 19,07% , es demana informació sobre els itineraris i senders. En tercer lloc es demana informació relacionada amb els transports públics, principalment horaris d'autobús i tren, amb un 14,32%. Finalment, la resta de demanda d'informació es recull en un 30,90% de la demanda total, la qual és sobre allotjament, restauració, informació sobre la comarca (què més es pot visitar fora del poble) i la categoria altres, que engloba informació sobre l'estat de les platges, la previsió del temps, botigues... entre altres.

Amb l'observació de les dades tant del Parc Natural de Cap de Creus com de l'oficina de turisme de Port de la Selva es pot dir que la demanda principal del visitant es basa en l'entorn, activitats, excursions i senders i itineraris per a recórrer tant a peu com en bici. Tenint aquest fet en compte, a partir d'aquest nou decret sobre pesca-turisme, com podria arribar a ser la demanda d'aquesta activitat ja ofertada? Quina serà la reacció del visitant quan conegui que existeix una activitat de pesca, que a més està regulada?

Ara per ara el resultat a aquestes preguntes no es poden obtenir, ja que encara no existeix un històric prou vàlid.

7. Pesca Turisme Cap de Creus

Pesca Turisme Cap de Creus neix el 2011 de mà d'un pescador i d'un guia naturalista a Port de la Selva, com s'ha comentat anteriorment, residents a aquesta mateixa població, els quals es van adonar que el sector de la pesca no tenia lloc quan es parla d'activitats turístiques al poble.

Es tracta actualment d'una empresa de caire privat, amb la finalitat d'oferir una oferta turística diferent, especialitzada en el sector pesquer i capaç d'atraure aquelles persones interessades en el medi del poble i l'entorn, i sensibilitzar a tantes persones com sigui possible de com de problemàtic pot arribar a ser per un pescador trobar una xarxa trencada degudament arreglada el dia anterior, entre altres mals actes que es produeixen en temporada alta turísticament.

La confraria de pescadors del Port de la Selva ha col·laborat en la creació d'aquest producte per donar a conèixer a les persones que esperen les barques a l'hora de la subhasta com s'ha pescat aquell peix que unes hores més tard cuinaran i menjaran a les seves cases.

La Costa del Cap de Creus és un marc incomparable on el medi natural i l'home s'han integrat en un mateix ritme. El ritme del mar, dels temporals de tramuntana, de les minves,... L'activitat humana a mar és plena de mots, històries i feines que no podem permetre que quedin a l'oblit. Es vol promoure una oferta turística compromesa amb l'entorn i la seva història.

Els seus objectius són:

- ∞ Generar una nova font d'ingrés als pescadors d'arts menors aprofitant el turisme per rendibilitzar la professió.
- ∞ Potenciar el consum de peix de proximitat conscienciant el visitant de la diversitat que existeix.
- ∞ Sensibilitzar sobre una tradició centenària que s'està perdent de patrimoni intangible. Donar a conèixer topònims, els noms dels vents, els tipus d'onades, de fons marí, les espècies de peixos,...
- ∞ Donar valor al medi del Cap de Creus: geologia, ecosistemes, problemàtiques ambientals.

∞ Crear una nova proposta de turisme sostenible a la zona, que conscienciï els turistes del valor del Cap de Creus i del Port de la Selva, i potenciï els recursos locals i de qualitat en la temporada alta i el respecte pels objectes i el medi.

∞ Potenciar una xarxa de refugis de mar dels pescadors que es troben en diferents cales i platges, i adequar-les per tal de poder-s'hi refugiar i menjar. A llarg termini es pretén aprofitar aquesta xarxa per a altres activitats potencials a la zona com ara el kayak o senderisme.

En totes les activitats que Pesca Turisme Cap de Creus ha ideat es comptarà amb dues barques, una de passeig i una embarcació d'arts menors. La barca de passeig és una Zodiac, cedida pel Club Nàutic del Port de la Selva, l'assegurança de la qual cobreix el patró i els passatgers amb un màxim de 10 persones en total. Dins l'objectiu de conscienciació de la duresa d'aquest sector es vol fer comprometre als visitants amb l'horari del pescador, és a dir, sortir de matinada, quan el sol despunta. Així doncs, el punt de trobada és on es troba la barca amarrada, al Moll de'n Balleu, sempre a les 6:30 del matí.



Imatge 6: barca de pesca i barca de passatgers a Cala Prona

Font: Marcel Gutinell

En tots els casos, al punt de trobada es recordaran normes de seguretat i es parlarà del temps i la previsió del dia. Durant el recorregut es contextualitzarà la zona per on es passarà, es recordaran les normes de seguretat i es comentarà la previsió del dia. Durant el recorregut, el guia explicarà la zona; el litoral, fons marins, geologia del Cap de Creus, el Parc Natural, espècies marines; aus, cetacis, peixos...

També en tots els casos no s'accepten nens menors de 6 anys. Entenen que en aquestes edats i en un espai reduïts per a una barca de passatgers de màxim 10 persones no és adient. A més, es vol intentar que el nombre mínim de persones sigui de 10, per tal de rendibilitzar al màxim l'activitat. També cal dir que els preus establerts inclouen assegurança.

7.1. Activitats de Pesca Turisme Cap de Creus

7.1.1. Activitat principal: "L'Home i el Mar"

| Hora de sortida | Hora de tornada | Preu | D'on es surt? |
|-----------------|-----------------|-----------------|--|
| 6:30 | 11:00 | 35€ per persona | Durant els mesos d'estiu es surt cada dimarts i dijous del Port de la Selva i els dilluns, dimecres i diumenges de Llançà. Durant la resta de l'any, amb prèvia demanda. |

La barca de passeig s'aproxima fins a la barca de pesca i es veu com es lleven i es calen les xarxes de ben a prop. El guia parla dels diferents arts, de les diferents tècniques per pescar les diferents espècies, els millors horaris de pesca, els noms que reben els peixos, situacions problemàtiques...

Es fa un passeig per la costa i es para a una de les cales del recorregut per tal de que els visitants toquin i vegin de prop aquesta àrea. A més, si el temps acompanya, qui vulgui pot prendre un bany a les aigües tranquil·les i encara no envaïdes pels turistes amb barca pròpia.

7.1.2. Activitats secundàries

1. Jornada Pesquera

| Hora de sortida | Hora de tornada | Preu | D'on es surt? |
|-----------------|-----------------|---------------|--|
| 6:30 | 17:00 | 600€ per grup | Des de Port de la Selva o Llançà, sempre amb prèvia demanda. |

La barca de passeig s'aproxima fins a la barca de pesca i es veu com es lleven i es calen les xarxes de ben a prop. El guia parla dels diferents arts, de les diferents tècniques per pescar les diferents espècies, els millors horaris de pesca, els noms que reben els peixos, situacions problemàtiques...

Si hi ha prou temps, es fa un passeig per la costa i es para a una de les petites cales del recorregut per prendre un bany, sempre i quan el temps acompanyi.

Després es desembarca a Cala Prona, on hi ha un refugi de pescadors i allà mateix, mentre s'acaba de treure els peixos de les xarxes (desclavar) si hi ha hagut sort en la pesca, es fa el dinar que els pescadors sempre han fet: El "Suquet". Aquest es planteja com un moment per poder tastar el peix acabat de pescar i de compartir taula amb els pescadors.



Imatge 7: el suquet a Cala Prona

Font: Marcel Gutinell

2. El Pla de Tudela

| Hora de sortida | Hora de tornada | Preu | D'on es surt? |
|-----------------|-----------------|---------------|--|
| 6:30 | 11:00 | 350€ per grup | Des de Port de la Selva o Llançà, sempre amb prèvia demanda. |

Aquesta és una activitat complementària de "L'home i el mar", ja que després de l'observació de la pesca, en comptes de fer un recorregut per la costa i fer una parada a una cala, s'arribarà fins prop de la punta del Cap de Creus, dins el terme municipal de Cadaqués, on s'hi troba el Pla de Tudela. Allà es desembarcarà i es recorrerà aquest espai recentment restaurat ambientalment, promogut a i tutelat pel Parc Natural del Cap de Creus.

7.1.3. Activitats de temporada

Aquest any 2012 s'ha pensat en altres activitats per poder oferir fora de la temporada d'estiu, i que s'adeqüin al producte de temporada. Així doncs s'ha pensat en la pesca dels pops i la de bolitja.

1. Els pops

| Hora de sortida | Hora de tornada | Preu | D'on es surt? |
|-----------------|-----------------|-----------------|--|
| 7:00 | 11:00 | 35€ per persona | Des de Port de la Selva o Llançà, sempre amb prèvia demanda. <u>A l'hivern</u> |

Aquesta activitat es realitza amb nanses, en calar xarxes de soltes en que el pop queda atrapat a la malla i algun palangre petit. Es tracta d'una bona època per descobrir la costa del Cap de Creus solitària, amb una calma i tranquil·litat que a l'estiu no es pot percebre.

Es sortirà puntual i s'anirà seguint la barca de pesca pels diferents indrets de la costa que hi ha calades els tirs de nanses.

La barca de passatgers s'aproximarà a la de pescadors i es veurà com lleven els tirs de nanses i es van calant. El guia parlarà als passatgers de la tècnica que s'empra, els llocs, els corrents, el mar...

2. La bolitja

| Hora de sortida | Hora de tornada | Preu | D'on es surt? |
|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| 7:00 | 09:00 | 45€ per persona | Des de Port de la Selva o Llançà, sempre amb prèvia demanda. <u>A la primavera i tardor. 2 sortides</u> |
| 15:30 | 17:00 | | |

Finalment, la bolitja, un dels arts més antics que encara es poden veure a pocs indrets de la mediterrània. Aquest és un art especialitzat en la pesca del bonítol. Es cala a primera hora del matí, i a mitja tarda es lleva. L'activitat es farà a primera hora del matí i a mitja tarda. Per tant, es fan dues sortides.

Es sortirà puntual i s'arribarà al "Golfet", on la barca d'arts menors cala la bolitja. Es parlarà de la tècnica emprada, dels corrents, el mar...

Per a la segona sortida, l'hora de trobada és a les 15:30 al moll. Es farà el mateix recorregut i es veurà com es lleva la bolitja. Si hi ha hagut sort, s'observarà el peix que en va sortint: bonítols, llampugues, baldufes,...

8. Pla de comunicació i Màrketig

El producte cultural té un valor simbòlic i econòmic, que és la raó principal que porta a un consumidor a realitzar una compra. (Castellanos, 2010) El gaudi d'un producte cultural té a veure la seva titularitat, és a dir, si és de caire públic, privat o mixt, la qual cosa sovint té implicacions econòmiques, ja que el preu fa decidir al consumidor si comprar o no, o si assistir a un esdeveniment cultural o no.

Tot producte pateix un cicle de vida format per 4 etapes: introducció, creixement, maduresa i declivi. En aquest projecte s'està desenvolupant un producte que ja es troba en l'etapa de creixement, fase en que les vendes s'incrementen i més consumidors accepten el producte.

Per tal de que el producte tingui sortida, cal conèixer el públic al qual es dirigeix, per a això, Sanz (2004. Citat per Castellanos, 2010) proposa 3 fases per a obtenir dades de funcionament del producte i les seves possibilitats davant el públic:

1. Elaborar un model de preferències del consumidor: cal conèixer bé el públic al que es dirigeix per a establir preferències i oferir-li els productes que la institució hagi elaborat que li siguin més adients amb el seu perfil.
2. Analitzar el poder adquisitiu del públic: el pressupost és un dels factors fonamentals per decidir si es compra o no un bé o servei cultural. Sabent en quin nivell adquisitiu se situa el consumidor es pot considerar el preu del bé o servei.
3. Determinar les possibilitats de compra del públic

S'entén per *màrketig* una sèrie d'eines que busquen conquerir un mercat específic (Kotler, 2008. Citat per Castellanos, 2010). El *màrquetig cultural* utilitza les mateixes estratègies que el *màrquetig*, el qual ha de conèixer el públic potencial i les seves necessitats, conèixer la competència i conèixer altres agents culturals.

McCarthy va definir el màrquetig mitjançant "Les 4 P's": producte, preu, promoció i plaça o distribució.

L'aparició de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) ha canviat el panorama social arreu del món i també l'accés a la informació, malgrat que aquest accés continua vedat a algunes societats. El fet de consumir o bé usar certs béns té a veure amb la informació rebuda prèviament.

Tot i això, totes les institucions necessiten comunicar-se amb el públic a qui dirigeixen les seves accions. Per a això cal una eina que relacioni els usuaris amb la institució i defineixi les seves activitats. Aquesta eina és el pla de comunicació, el qual ha d'estar actualitzat i en permanent revisió. Aquest pla és útil per donar a conèixer les activitats que es realitzen i també per a transmetre objectius, la missió de la institució i la seva programació.

Cal tenir en compte que el pla de comunicació no és el mateix que el pla de màrqueting. La diferència rau en que el primer és per a les estratègies de comunicació, i el segon és per a accions concretes com ara el llançament d'un producte o una conferència puntual.

El pla de comunicació es desenvolupa en 6 fases:

1. Anàlisi

- Mercat: el mercat en el qual es mou és bàsicament en el sector pesquer i del turisme cultural de proximitat, ara per ara. Així doncs, no hi ha competència directa.
- Legislació: fins ara cap a l'estat espanyol regulant el pesca-turisme. A partir del 31 de juliol de 2012 existeix un nou decret a Catalunya normativitzant-ho, però queda condicionat a la llei que l'estat espanyol ha de promulgar.
- Persones que hi treballen:
 - i. Salvador Manera: pescador.
 - ii. Marcel Gutinell: guia naturalista.
 - iii. Xavier Barneda: patró barca passatgers.
 - iv. Mercè Pascual: atenció telefònica per a reserves i informació.
 - v. Neus Cairó: comunicació, relacions públiques, assessorament turístic.

2. Definició d'objectius

- Activitats: hi ha una activitat principal i unes de secundàries que es poden dur a terme tot l'any, ja que no està condicionat al tipus de peix que es pesca, i unes altres també secundàries que tenen lloc durant una època de l'any específica pel tipus de peix que cal pescar.

- Públic objectiu: tothom qui hi estigui interessat, a partir de 6 anys. Les persones amb problemes cardiovasculars i de mobilitat degut a dificultats minusvàlides en queden excloses, degut a

- Tipus de comunicació: local, de proximitat: diaris locals, xarxes socials, pàg. web.. i de mica en mica obrir mercat a nivell autonòmic i nacional amb agents intermediaris

3. Planificació

- Equip comunicació: Neus Cairó
- Pressupost: es va iniciar sense un pressupost comtat, ja que es va anar fent a mesura que s'anava trobant necessitats a cobrir, com ara els cartells, els fulletons, el servidor de la pàgina web i les lones publicitàries. En aquests moments es continua treballant d'aquesta forma, i, sobretot, buscant recursos publicitaris gratuïts o que impliquin un cost molt baix.

- Calendari: no es va elaborar un calendari, s'anava treballant sobre la marxa. El juny del 2011 es va treballar a marxades forçades per a tenir la web, fulletons i cartells a punt, ja que la temporada d'estiu començava i no hi havia res a punt.

- Posicionament: al no tenir competència no ha calgut determinar un posicionament davant d'aquesta. Però sí que es vol sortir als buscadors d'internet, utilitzant paraules clau a la pàgina web.

- Canals emprats:

i. Mitjans de comunicació

1. per a ús publicitari:

- a. Diari.
- b. Xarxes socials.
- c. Internet.
- d. Oficines d'informació i turisme.
- e. Correu electrònic a les oficines de turisme i empreses del sector serveis de la zona.
- f. Lona a la barca quan arriben de pescar.

2. A nivell informatiu:

- a. Sortida de professionals del sector per a que coneguin el producte. S'entén com una estratègia perquè sàpiguem com és el producte i el puguem explicar als visitants.
- b. Jornada-taller "El mar i la pesca al Cap de Creus".

4. Disseny: abans de tirar endavant amb la idea del Pesca Turisme Cap de Creus es va fer una prova pilot d'una sortida amb alguns coneguts, per, d'aquesta manera recollir impressions i, si fos necessari, modificar maneres de fer. A la prova pilot es va trobar que hi havia masses explicacions del guia sobre coses que les persones no expertes no els interessava, així que calia limitar les explicacions i resumir-les. Per a la resta de l'activitat, tal i com s'havia pensat, tothom va quedar molt satisfet, tant els visitants com els organitzadors. Així doncs, es va trobar el punt on poder dur a terme l'activitat tenint també en compte quatre factors que podrien resultar imprevistos:

- Marejos: contra aquesta adversitat humana, s'aconsella a tot aquell que té tendència a marejar-se prendre un medicament (Biodramina) abans de pujar a la barca. Si en qualsevol cas el mareig es produeix durant el trajecte s'aplicaran els remeis casolans de seure quiet mirant endavant i cap a l'horitzó, i /o si el temps acompanyés, parar la barca enmig del mar i prendre un bany.
- Una de les dues barques espatllada al mig del mar: s'hauria de cridar a la barca de salvament marítim, o bé remolcament mitjançant una corda.
- Els usuaris es mullen i no porten ni roba adequada ni de recanvi: a la barca de pesca es portarà una bossa amb un xandall vell per a deixar mentre l'altre roba s'asseca.
- Mal temps: caldrà cancel·lar l'activitat, oferint a l'usuari poder gaudir de la sortida un altre dia o bé la devolució de l'import pagat.

5. Execució i desenvolupament: va començar el juliol del 2011, amb dificultats durant la temporada alta, ja que al juliol no va fer bon temps, i a l'agost es va espatllar la barca de pesca i va estar in-operativa durant 15 dies. Durant l'hivern es van realitzar dues sortides, però bàsicament es va treballar per a renovar la pàgina web fent-la més atractiva i fàcil d'utilitzar, renovar el disseny dels fulletons i dels cartells, i reclutar una nova barca de pesca d'arts menors, la qual és de Llançà, obrint, d'aquesta manera, el mercat cap a una altra població.

6. Avaluació: per a l'avaluació no es pot fer gaire cas a l'històric de visitants, però sí que cal tenir-lo en compte. L'any 2011 va ser el primer i, per tant, l'any que menys visites s'han rebut a la pàgina web, que menys trucades s'han rebut i que menys vegades s'ha sortit. A partir de l'abril del 2012 s'ha notat un canvi important en augmentar tant les visites a la pàgina web (més de 5 cada dia). Per als fulletons es va comptar editar-ne la mateixa quantitat que l'any anterior, però ha calgut fer una segona edició ja que s'havien esgotat. També cal dir que enguany els fulletons s'han repartit a més establiments i a més oficines de turisme de la zona.

Especificant en la difusió cultural com a comunicació externa, és a dir, cap a l'exterior, es presenta a continuació i més detalladament els recursos utilitzats:

8.1. Accions regulars amb continuïtat

8.1.1. Material d'impremta: fulletons, cartells i lones

Els fulletons i cartells s'editen per a donar a conèixer la institució, la seva missió i promocionar les activitats. Cal tenir cura amb el disseny, utilitzant textos curts i imatges que el complementin. En el cas de Pesca Turisme Cap de Creus, al trobar-se en una població turística a l'estiu, ha editat els fulletons i els cartells en 4 idiomes: català, castellà, anglès i francès.



Imatge 8: fulletó publicitari per les dues cares

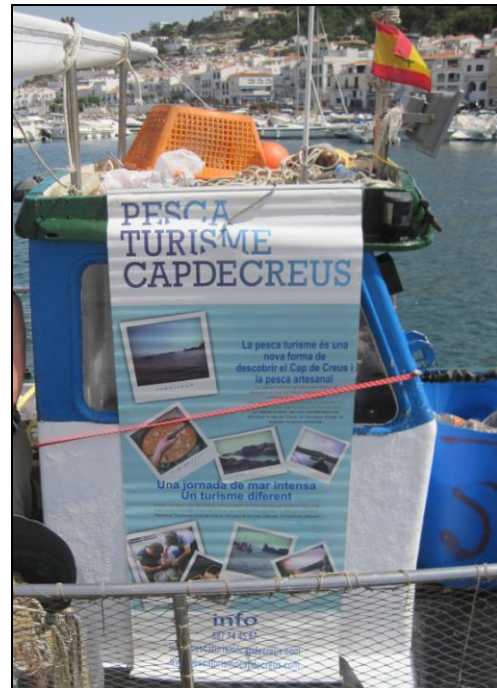
Font: elaboració pròpia

Els fulletons i cartells es troben repartits pels establiments de Port de la Selva i Llançà, per les oficines de turisme de la zona (Port de la Selva, Llançà, Peralada, Cadaqués i Figueres) i pel Centre d'Atenció Turístic de Vilajuïga, així com també al centre d'atenció al visitant del Parc Natural del Cap de Creus.



Imatge 9: cartell publicitari

Font: elaboració pròpia



Imatge 10: lona publicitària penjada a la barca

San Jose

Font: elaboració pròpia

La lona té una finalitat primordialment publicitària. El disseny d'aquesta és molt diferent a la dels cartells i fulletons. En aquest cas s'han utilitzat més fotografies que no pas text.

La lona es col·loca a la barca de pesca un cop aquesta arriba al Port. Es va detectar que molts curiosos s'acosten a la barca per observar el que s'ha pescat i parlar amb el pescador. Amb la lona publicitària s'anuncia que també poden veure com es pesca allò que s'ha capturat.

8.1.2. Recursos electrònics:

El sector turístic ha sofert un canvi on la tecnologia hi té un paper essencial permetent reduir costos, redissenyar productes ofertats mitjançant nous canals de comunicació entre els quals s'hi troben les xarxes de comunicació de lliure accés, com l'Internet. A més, el turisme respon als canvis de la demanda a través de les tecnologies de la informació mitjançant una modificació de l'estructura del mercat turístic per satisfer les necessitats dels consumidors.

Les tecnologies, i en particular les TIC (Tecnologies de la Informació i la Comunicació), es converteixen en instruments essencials per a que el sector turístic

millori la seva eficiència i augmenti la seva competitivitat, donada la gran activitat turística existent. No consisteix només en les TIC, sinó també en totes les tecnologies que afavoreixin la sostenibilitat dels recursos patrimonials.

Les noves tecnologies i la seva aplicació al sector turístic han fet augmentar la satisfacció del client i la productivitat de l'empresa turística, gràcies a la reestructuració dels processos turístics que aquestes han permès.

Es pot dir que el paper de la tecnologia és el d'adaptar l'activitat turística a les noves pautes de la demanda, abans esmentades.

El fet de que les tecnologies informàtiques tinguin un cost reduït, ha fet que calgués adquirir els productes necessaris per a poder-les utilitzar amb les xarxes de dades turístiques. És necessari, però, realitzar una inversió mínima per tal de competir eficientment. Amb això s'aconsegueix també eliminar intermediaris i permet adaptar-se a nous productes més ajustats a la demanda, pel que es diferencia el producte.

Amb l'aparició de consumidors amb diferents expectatives per viure experiències diferents, el temps ha esdevingut un actiu molt important; així doncs, la velocitat resulta important considerant-la com a un nivell de qualitat per obtenir un servei eficient. Per a aquest fet, també, és fonamental l'aplicació de les TIC.

Cal dir que el nínxol del mercat a nivell electrònic o virtual és molt petit però creixent, i no trobem a tothom al Facebook o al Twitter, però els que hi ha són molt curiosos i s'interessen molt per allò que els crida l'atenció. Obtenir un nínxol en una d'aquestes dues eines és molt lent però continuu, i un cop s'ha establert la comunicació no es pot deixar estar, ja que tota la feina feta perdria el seu sentit.

Cada vegada més la gent s'interessa no només per allò pel que ha demanat informació, sinó per tot el que un destí pot oferir a un turista que pernocta més d'una nit, o fins i tot a l'excursionista. Quan es vol promocionar un producte, es pot promocionar conjuntament amb una altra activitat cultural que la ciutat ofereix.

També s'ha de dir que sovint, al tenir unes eines tant a l'abast de la mà i que l'usuari pot accedir-hi molt fàcilment, massa informació pot crear un col·lapse. Per tant, és molt important conèixer bé les eines que es volen fer servir i com utilitzar-les.

Aquestes eines, que són serveis que es fan servir directament en xarxa, formen part del que s'anomena "el web 2.0". Es tracta del que ens permet buscar informació, fer contactes, interactuar amb els usuaris,...

Són moltes les eines utilitzables del web 2.0, però no totes són necessàries, sinó que segons les limitacions i mides de cada empresa o entitat, interessarà més utilitzar-ne unes que altres. Les que s'utilitzen a Pesca Turisme Cap de Creus estan basades en el llibre de Montserrat Peñarroya, *Màrqueting electrònic per al turisme cultural* (2010), i són les següents:

∞ Pàgina Web (www.pescaturismocapdecreus.com)

Avui en dia tenir una pàgina web és primordial a l'hora de donar a conèixer una empresa.

Per tal d'aparèixer en els cercadors s'utilitzen paraules clau, les quals es repeteixen en cada pàgina i es situen en diferents llocs. D'aquesta manera el cercador reconeix que en el lloc web es parla d'un tema concret i el posiciona en els primers llocs quan un usuari busca alguna cosa relacionada amb el tema

Per a donar una informació verídica i que l'usuari se senti confiat mentre navega pel lloc web, cal que estigui actualitzat i sigui coherent en les explicacions.

∞ Blog (<http://pescaturismecapdecreus.wordpress.com>)

Tenir o no tenir un blog no és qüestió de difusió, sinó de dedicació i tenir temps i temes amb un contingut original i interessant. No es pot deixar estar i cal actualitzar-lo de tant en tant.

El que sí que és important és que tingui una imatge corporativa semblant a la del lloc web principal.

∞ Xarxes socials: Twitter i Facebook

Les xarxes socials són cada cop més unes eines molt potents del web 2.0, però no es coneix la seva efectivitat a nivell empresarial.

El problema del màrqueting en les xarxes socials és la complicació de mesurar la resposta de les accions que es duen a terme.

- Twitter

El twitter és una eina de difusió turística amb la que es poden utilitzar diferents idiomes per arribar com a més públic millor. A més, permet crear conversa amb els usuaris i es crea una relació més oberta, amb una filosofia més amigable i amb un tracte “de tu a tu”.

El Twitter serveix tant per ampliar la xarxa de gent a qui dirigir-se com per estar al corrent del que passa a Internet i al món.

El museu Guggenheim, tant el de NYC com el de Bilbao, poden ser uns grans referents per a l'ús del Twitter.

No és necessari enviar piulades (comentaris) molt sovint, un o dos cops al dia és suficient.

Com ja s'ha comentat, crear el vincle amb l'usuari és un procés lent, que no es pot deixar estar, i que a la llarga és beneficiós tant pel producte que es promociona com pel destí on es troba.

- Facebook

També és una altra eina de difusió molt més a l'abast de tothom, ja que gairebé tothom disposa d'un perfil de Facebook.

Amb aquesta eina, es poden difondre aspectes del producte en sí, com ara les exposicions temporals, o bé crear una oferta turística cultural, com ara abonaments amb descomptes.

Javier Jimenez a “10 Claves para triunfar en Facebook con una empresa turística”, fa unes bones recomanacions per al seu ús:

1. Etiquetar les fotografies dels clients que siguin amics al Facebook.
2. Generar conversació, però no s'ha de parlar només d'un mateix, sinó que cal aportar valor i parlar d'altres coses, creant un missatge atractiu.
3. Intervenir en les conversacions dels altres per augmentar la visibilitat si no es té res interessant per comentar.

4. Si es vol potenciar aquest canal cal fer ofertes exclusives pels seguidors, fent que aquests se sentin més amics que contactes.
5. Cal una persona que conegui el mitjà i hi dediqui un temps al dia.
6. Utilitzar les eines multimèdia que Facebook ofereix, com ara carregar fotos i vídeos. Cal fer-ho en comptagotes, tot de cop no és bo.
7. Si es pot, cal segmentar els contactes per enviar un tipus d'informació a un segment i un altre tipus d'informació a un altre.
8. Fer-se amic del destí on es troba l'entitat o empresa i participar en les converses del seu mur. És una oportunitat per aconseguir contactes.
9. Aconseguir una URL personalitzada (Tant el Patronat Call de Girona com la Red de Juderías ja ho tenen)
10. Promocionar la presència del Facebook a la web, al blog, a la firma d'e-mail,... per tal de que la gent sàpiga que hi és i que et poden agregar com a amic.

Cal, també, anar amb compte de no crear un perfil de persona per a una empresa. El perfil és per a persones, la pàgina és per a empreses i entitats. Per crear la pàgina primer cal crear el perfil personal i després la pàgina d'empresa. Des de fa poc Facebook ha permès que des del perfil d'empresa, es pugui comentar a altres llocs sense haver d'utilitzar per força el perfil personal, sinó que es pot fer amb el perfil d'empresa.

Actualment Pesca Turisme Cap de Creus comenta en català i castellà, ja que des de fa uns mesos alguns dels seguidors són del sud i centre de l'estat i és un públic que no es vol ni s'ha de deixar de banda encara que la promoció sigui a nivell local.

8.1.3. Agents intermediaris

S'entén per agents qualsevol entitat, empresa o persona els quals intervinguin entre l'usuari final i l'empresa, tant a nivell publicitari com de venda del producte. En aquest cas es diferencien agents públics i agents privats, essent aquests, entitats o empreses.

∞ Privats:

Utilitzar pàgines web de tercers és una altra tècnica efectiva que requereix un nivell d'inversió, ja que els llocs que han de fer de suport de la publicitat desitgen rebre una compensació per a fer ús del seu espai.

Aquest seria el cas de Wonderbox, una empresa que es dedica a elaborar “cofres regal”. Aquests cofres es compren a diversos punts de distribució, com ara al Mediamarkt, i a dins s’hi troba un llibret amb totes les activitats que tenen dret a gaudir-ne, de les quals n’han d’escollir una. Un cop el client ha utilitzat el seu cofre amb una de les activitats, l’empresa Wonderbox rep un percentatge de la facturació a mode de compensació.

Un altre cas d’ús de tercers és el de Yumping.com. Aquesta es tracta d’una web de publicitat d’activitats d’arreu de l’estat i de tot tipus, la qual tant sols rep una compensació si es realitzen reserves a través d’ella. Si no s’empra un motor de reserves, accedeixen a deixar utilitzar el seu espai només amb publicitat a mode d’informació.

I un tercer agent que Pesca Turisme Cap de Creus compta és una agència de viatges anomenada Seleqtia Tours. Aquesta és una agència especialitzada a oferir experiències úniques als seus clients, amb un cert nivell de luxe. És a dir, l’activitat “Jornada pesquera” la complementen amb una ampolla de cava català i una degustació d’anxoves. En aquest cas, l’empresa no demana a Pesca Turisme Cap de Creus una compensació econòmica, però el fet de que l’agència de viatges tingui en compte aquesta activitat ja és una altra forma de publicitat.

∞ Públics:

Els agents públics que es consideren són les Oficines d’Informació i Turisme de Port de la Selva, de Llançà, de Garriguella, de Cadaqués, de Peralada, de Castelló d’Empúries i de Figueres. I també el Centre d’Acollida Turística (CAT) de Vilajuïga.

En aquests espais s’hi han distribuït cartells publicitaris i fulletons per a la promoció. No se n’han repartit a més oficines de turisme, ja que de moment Pesca Turisme Cap de Creus es centra en un públic de proximitat, en que els visitants estrangers que estiuegin a la zona coneguin també el producte.

8.2. Accions singulars

∞ Thalassa

L’11 de febrer de 2011 es va emetre l’episodi “El tresor de Cala Prona” dins del programa Thalassa, pel canal 33. Aquest episodi es va gravar pensant en la història ja

esmentada sobre la custòdia d'aquesta cala. Així, l'equip de Thalassa va comptar amb el patró de Pesca Turisme Cap de Creus, Salvador Manera, per al rodatge.

∞ GR Pirineus

El passat 7 de juny de 2011, Marc de las Heras i el seu equip de càmeres van comptar amb Pesca Turisme Cap de Creus per rodar el quart episodi de la sèrie GR:Pirineus, el qual es va emetre per TV3 el 21 d'octubre de 2011.



Imatge 11: Moment del rodatge del 4t capítol GR:Pirineus

Font: elaboració pròpia

∞ Entrevista a TV Girona

Arran de la preparació de la primera jornada “El mar i la pesca al Cap de Creus” que s'exposa més avall, TV Girona es va interessar per Pesca Turisme Cap de Creus en que va oferir la possibilitat de realitzar una entrevista en directe el 16 de juliol d'enguany al patró i al guia naturalista per parlar sobre l'activitat que realitzen. Aquesta va ser una altra forma de publicitat a nivell regional.

∞ Sortida amb professionals del sector

Després de 2 intents fallits d'organitzar una sortida amb professionals del sector a causa del mal temps, finalment el 28 de juny de 2012 els convidats que van poder van gaudir d'un dia al mar, observant, involucrant-se, escolant i participant d'una jornada al mar. D'aquesta manera, totes aquelles persones que han d'ajudar a tirar

endavant un projecte com aquest poden entendre com és l'activitat que es realitza, perquè i per a què es desenvolupa d'aquesta manera.

∞ Primera Jornada - taller "El mar i la pesca al Cap de Creus". 21 de juny de 2012

Aquesta jornada ha estat una oportunitat tant per a donar a conèixer Pesca Turisme Cap de Creus com per a parlar sobre el fons marí i la problemàtica que està patint, concretament a la zona de la Mar d'Amunt, de forma més pròxima al públic.

El projecte per a la presentació arranca de manera immediata al moment de la proposta. Així doncs, seguint els objectius marcats, cal una primer contacte amb els agents implicats.

Abans, però, cal tenir clars diversos aspectes: dia, hora, lloc, a qui es dirigeix la presentació, els objectius que es volen assolir i el tipus de comunicació que es vol realitzar. Per a això a principis de maig d'aquest any 2012 va tenir lloc la primera reunió amb Philippe Verdoodt, cap d'àrea de l'Oficina de Turisme de Llançà i qui va tenir la idea de realitzar aquesta activitat. En aquesta primera trobada es van definir els objectius, on podria tenir lloc, el públic objectiu i els possibles ponents. Així doncs, el públic a qui va dirigit aquesta activitat és al sector privat, sobretot, i a tots aquells que es sentin atrets pel mar, la costa, la pesca i desitgin saber quina és la situació actual i què es pot fer per a superar el mal moment pesquer.

Posteriorment va caldre realitzar el contacte amb els agents personals implicats:

- Ajuntament del Port de la Selva i la seva oficina de turisme
 - Josep Maria Cervera, alcalde
 - Núria Oliva, tècnica de Turisme
- Ajuntament de Llançà i la seva oficina de turisme
 - Joan Carles Mora i Torrent, regidor de Turisme, Comerç i Promoció econòmica de Llançà
 - Phillippe Verdoodt, tècnic de Turisme
- El Parc Natural del Cap de Creus
 - Estefania Fentes, àrea d'educació ambiental, divulgació i ús públic
- Pesca Turisme Cap de Creus
 - Salvador Manera, patró de la barca San José
 - Marcel Gutinell, guia naturalista

El primer contacte es basa en l'explicació de en què consistirà la presentació i els objectius que es volen aconseguir. A més, es demana la seva participació en el projecte mitjançant una ponència d'uns 20 minuts d'un representant de cada entitat i empresa. Un cop cada agent ha mostrat la seva conformitat s'ha procedit a la creació del programa i la decisió de la data.

La data decidida va ser el dijous 21 de juny de 2012 a les 8 del vespre. Aquesta data és clau, ja que és just abans de Sant Joan i a l'inici de la temporada d'estiu. Es va escollir aquesta hora del vespre per tal de que el públic objectiu, detallat més avall, al qual es dirigeix la presentació, pugui assistir-hi un cop finalitzada la jornada de treball.

Durant tot aquest procés, s'ha mantingut el contacte amb els diferents agents implicats, principalment amb el Parc Natural del Cap de Creus i Pesca Turisme Cap de Creus, per tal de que puguin elaborar un esquema-guió sobre el què han de parlar. Així doncs, els temes a tractar són els següents:

1. Contextualització de la zona
 - Parc Natural del Cap de Creus:
 - Ponent: Victòria Riera, directora del Parc Natural del Cap de Creus
 - El mar i la pesca al Cap de Creus
 - Ponent: Josep Lloret, professor de la UdG i biòleg marí.

Ha estat convidat pel Parc Natural del Cap de Creus
2. Noves activitats a la Mar d'Amunt
 - Pesca Turisme Cap de Creus
 - Ponents:
 - Salvador Manera, patró de la barca
 - Marcel Gutinell, guia naturalista
 - Rutes sub-aquàtiques de la Mar d'Amunt de Llançà
 - Ponent: Arnald Plujà, creador de les rutes

I el programa final:

20h: Obertura de l'acte a càrrec de Joan Carles Mora i Josep Maria Cervera

20h – 20'15h: "El Parc Natural del Cap de Creus", a càrrec de Victòria Riera, directora del Parc Natural del Cap de Creus

20'15h - 20'30h: "El mar i la pesca del Cap de Creus", a càrrec de Josep Lloret, biòleg marí i professor de la UdG

20'30h – 20'45h: "Pescaturismecapdecreus, a càrrec de Salvador Manera i Marcel Gutinell

20'45h -21h: "Les rutes sub- aquàtiques de la Mar d'Amunt de Llançà", a càrrec d'Arnald Plujà, historiador

Al final de tot s'oferirà als assistents una copeta de cava. Aquest moment final es va plantejar com una taula rodona informal, parlar amb els assistents, rebre'n les impressions i comentaris, parlar de possibles actuacions futures, i, fins i tot, poder tancar algun tracte amb algun establiment de caire privat que li interessi l'activitat de Pesca Turisme Cap de Creus. El cava va ser cedit per l'Oficina de Turisme de Llançà.

Un cop s'ha creat el programa, cal organitzar les diferents formes de publicitat i creació i disseny d'aquestes:

1. Premsa local: nota de premsa abans i després de la presentació a la premsa escrita:
 - Premsa provincial: Diari de Girona, El Punt Avui
 - Premsa comarcal: L'Empordà, L'Hora Nova
2. Enviament de Mailing a totes les empreses de Llançà i Port de la Selva, a les Oficines de Turisme de la comarca de l'Alt Empordà
3. Xarxes social: Facebook i Twitter, a las pàgines de Port de la Selva, Llançà Turisme, la de Pesca Turisme Cap de Creus i la d'Amics del Parc Natural de Cap de Creus.
4. Arts gràfiques: disseny i distribució d'un cartell publicitari.

Dijous 21 de juny de 2011,
a les 20h.
Oficina de Turisme, Llançà

JORNADA-TALLER

EL MAR I LA PESCA AL CAP DE CREUS

El mar i la pesca al Cap de Creus, un dels actius més importants del nostre país.



Us presentarem els seus **secrets** i els **nous** productes turístics al mar del Cap de Creus



| | |
|---|--|
| <p>20h - 20'15h El Parc Natural del Cap de Creus Victoria Riera – Directora del Parc Natural del Cap de Creus.</p> | <p>20'15h- 20'30h El mar i la pesca del Cap de Creus Josep Lloret – Biòleg Marí i professor de la UdG</p> |
| <p>20h30 – 20h45 Pescaturismecapdecreus Salvador—pescador</p> | <p>20h45 -21h Les rutes sub- aquàtiques de la Mar d' Amunt de Llançà Arnald Plujà – Historiador</p> |

*tot seguit s'oferirà als assistents una copeta de cava









Imatge 12: cartell publicitari de la jornada

Font: elaboració pròpia

9. Projecció de futur. Propostes

Pesca Turisme Cap de Creus és un projecte que pot tenir una continuïtat i arribar a créixer a nivell autonòmic. Amb aquest pensament, es plantegen diferents accions que es podrien realitzar en un futur a mig-llarg termini.

1. Accions de cooperació i col·laboració:

- Jornades d'activitats marítimes. Enguany Llançà ha organitzat un cap de setmana llarg amb una sèrie d'activitats al mar, en que els visitants s'hi podien apuntar mitjançant un pagament per a l'activitat. Entre aquestes Pesca Turisme Cap de Creus també hi va estar present ja que ara també té sortida des de Llançà. La idea és que es realitzi un cop més aquesta jornada amb la diferència que el cap de setmana següent, les activitats es desenvolupin a Port de la Selva a través de les empreses ja ubicades en aquesta població. Es planteja aquestes jornades com a una activitat anual.

2. Jornada – taller “El mar i la pesca al Cap de Creus”

- Es pretén que la jornada ja realitzada a Llançà tingui lloc també a Port de la Selva, a Portbou i a Colera, poblacions que conformen la Mar d'Amunt. Caldria adequar el contingut a cada ubicació, però el missatge seria molt semblant: la conservació del medi, la problemàtica pesquera i què es pot fer per a la preservació i conscienciació dels visitants cap al medi natural.

3. Trobar més punt de venda de tiquets per a Pesca Turisme Cap de Creus.

- Actualment es venen tiquets a l'Oficina de Turisme de Port de la Selva i directament amb Pesca Turisme Cap de Creus. L'objectiu és facilitar la intermediació entre el visitant i l'empresa. Així doncs, es voldrien establir punts de venda a l'oficina de Turisme principal de Llançà i a la del port de Llançà, ubicacions ideals, ja que les sortides de Pesca Turisme Cap de Creus es realitzen des d'aquestes dues poblacions.

4. Promocionar els productes de proximitat

- Es vol involucrar al sector de la restauració en el projecte. Es pretén que tots els restaurants del Port de la Selva i de Llançà, amb l'esperança que s'adhereixin a la iniciativa restaurants d'altres poblacions, dediquin un espai de la seva carta a productes de pesca locals, adquirits el mateix dia a la confraria. S'és conscient que cada dia el producte comprat a la subhasta del peix serà diferent, per tant és important que el restaurador entengui que canviar la carta cada dia no ha de ser forçosament una feina extra, sinó que això ha de contribuir a la promoció del producte

local, el qual és de molta qualitat i poc conegut, del qual el mateix restaurador en pot sortir beneficiat

5. Seguint el punt anterior, formar part de “Slow food”

- “Slow food” és una associació sense ànim de lucre la qual treballa per a “contrarestar la vida ràpida i el menjar ràpid, impedir la desaparició de les tradicions gastronòmiques locals i combatre la falta d’interès general per la nutrició, pels orígens, els gustos i les conseqüències de les nostres decisions alimentàries”. Per formar part d’aquesta associació és indispensable aportar una quota monetària i, ara per ara, Pesca Turisme Cap de Creus no disposa de suficients recursos econòmics.

6. Fidelització dels usuaris i captació de nou públic.

- És sabut que per a la captació de públic el boca orella, a banda dels recursos ja descrits i utilitzats, és el mitjà més efectiu. Però per a la seva fidelització caldria establir un programa regular com serien l’organització d’activitats i accions, com ja s’ha explicat en el punt 1 d’aquest apartat, i informar de totes aquestes activitats mitjançant enviament de Mailings, així com també incloure-hi informació referent a descobertes marines, esdeveniments especials on es pugui participar o bé activitats que es programen relacionades amb el mar i la pesca, dades legals,... entre altres. A més, seguint amb la fidelització del client, per a tot aquell que volgués realitzar totes les activitats que Pesca Turisme Cap de Creus ofereix se li oferiria un descompte en el preu de l’activitat i es pot tenir en compte un valor afegit: una caixa d’anxoves de la Confraria d’El port de la Selva

7. Ampliar Pesca Turisme Cap de Creus a la Costa Brava

- Amb aquesta iniciativa es pretén captar patrons de barca d’altres poblacions costaneres de la Costa Brava entusiasmats amb el projecte, que hi posin ganes i voluntat, i que Pesca Turisme Cap de Creus esdevingui un referent en pesca-turisme en aquesta àrea. Al establir diferents punts de sortida s’obtindria una oferta més diversificada ja que no tots els peixos que es troben a la zona de la Mar d’Amunt també es troben a Palamós, per exemple, i a l’inversa. També s’oferiria una diversitat geogràfica, d’aquesta manera seria més senzill establir col·laboracions amb entitats i empreses com serien el Museu de la Pesca de Palamós. En el transcurs d’aquesta iniciativa no s’hauria de perdre cap valor ni objectiu dels ja establerts.

10.Conclusions

Com s'ha llegit anteriorment, el sector pesquer està patint un molt mal moment en la seva activitat, en que la sobreexplotació dels recursos naturals ha conduït a una reducció del producte marítim, i, en el pitjor dels casos, la finalització empresarial d'embarcacions de pesca, deixant a la tripulació sense feina; un greu problema actual al nostre país.

Utilitzant el recurs pesquer com a una nova forma de turisme cultural dóna un tret de sortida professional seguint els passos de la sostenibilitat i educació ambiental, ja que amb aquestes activitats, tal i com s'ha vist, es vol conscienciar sobre la problemàtica, donar a conèixer el producte de proximitat, altrament anomenat de "quilòmetre zero", així que, indirectament, es vol influir en els hàbits alimentaris.

Sense conèixer un històric estadístic sobre la demanda d'aquest tipus de turisme, cal dir que malgrat les dificultats legals hi ha una gran demanda. Aquesta és una afirmació sense un fonament numèric, tot i que s'ha extret gràcies al nombre de correus electrònics, de trucades telefòniques i sobretot de reserves que Pesca Turisme Cap de Creus està rebent des que ha iniciat la seva activitat, i també observant l'analítica de la pàgina web mitjançant el Google Analytics i l'estadística de la pàgina de Facebook (en la que a data de 30 d'agost de 2012 té 90 seguidors, un gran increment si es té en compte que l'1 de març era de 50 i que la pàgina del Facebook es va obrir el juliol de 2011)

A tot això, la manca de normativa sobre el pesca-turisme no ha estancat el projecte de Pesca Turisme Cap de Creus al moment de la seva creació, així com totes les formes de pesca-turisme existents als Estats sense regulació específica. Arran del desenvolupament del turisme cultural i la creixent demanda turística dins d'aquest sector, aquest estiu 2012 s'ha normativitzat la situació. Potser el decret no és del tot aplicable, sinó que està condicionat a la llei estatal encara inexistente, però es pensa que aquest és el començament.

Com a comentari final, s'espera que l'Estat Espanyol actuï amb rapidesa en l'elaboració i presentació de la llei que ha de complimentar la disposició final quarta de Llei 2/2010, de 18 de febrer, de pesca i acció marítimes, ara que ja hi ha una comunitat autònoma que ha normativitzat l'activitat, malgrat estigui condicionat a la llei estatal esperada.

Bibliografia

Camprubí, R.; Guia, J.; Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. *Passos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2): 255-270.

Comisión Europea (2012). *Política Pesquera Común*. Recuperat el 17 de juliol de 2012 des de <http://bit.ly/Un0MmY>

Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (1995). *Decret 108/1995, de 7 de març, de modificació del Decret 187/1994, de 26 de juliol, pel qual es regulen i s'adeqüen, d'acord amb la Llei 30/1992, de 26 de novembre, els procediments reglamentaris que afecten el Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca*. Recuperat el 22 de juny de 2012 des de <http://bit.ly/RcYh2a>

Documare (2012). *Legislació pesquera*. Recuperat el 23 de juny de 2012 des de <http://bit.ly/OgHl6z>

Donaire, J. A. (2008). *Turisme cultural entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire: Vitel·la.

Font i Garolera, J. (2009). *El Pla d'implementació dels recursos turístics intangibles de Catalunya, un nou objectiu assolit*. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

Galán, M. i Sainz, H. (2008). *El ciclo del proyecto de cooperación al desarrollo: El marco lógico en programas y proyectos: de la identificación a la evaluación* (6a edició). Madrid: Cideal.

García Hernandez, María (2000). *Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de flujos de visitantes*: Anales de Geografía Turística de la Universidad Complutense, Vol. 20 pp 131-148

Grande Ibarra, Julio (2001). *Análisis de la oferta de turismo cultural en España*. Madrid. Instituto de Estudios Turísticos, No. 150, 2001, pp. 15 – 40.

Hosteltur (2009). *El producto "pesca-turismo" se dispone a zarpar en las costas e islas españolas*. Recuperat el 3 de juny de 2012 des de <http://bit.ly/PUYHjs>

Hosteltur (2012). *El pesca-turismo tendrá un nuevo marco legal*. Recuperat el 2 de maig de 2012 des de <http://bit.ly/JyzO9l>

ICOMOS (1976) *Carta del Turismo Cultural*. Recuperat el 12 de juliol de 2012 des de <http://bit.ly/PUXCrC>

ICOMOS (1999) *Carta Internacional sobre el Turismo Cultural*. Recuperat el 12 de juliol de 2012 des de <http://bit.ly/moMPXE>

János Csapó (2010). *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*. Hongria: Universitat de Pécs, Institut de Geografia

Jimenez, J. (2011). *10 claves para triunfar en Facebook con una empresa turística*. Recuperat el 27 de maig de 2011 des de <http://bit.ly/18hj30>

Mateos Rusillo, Santos M. (2009). *Comunicació Del Patrimoni Cultural*. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.

NAYA.ORG (2010). *El patrimonio histórico-cultural revalorizado en el marco de un desarrollo sustentable del turismo*. Recuperat 7 de juliol de 2012 des de. <http://bit.ly/PX2on4>

Noticias Jurídicas (2012). *Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado*. Recuperat el 23 de juny de 2012 des de <http://bit.ly/TR4sez>

Peñarroya, M. (2010). *Màrqueting electrònic per al turisme cultural*. Bellcaire d'Empordà: Vitel-la.

Querol, María Ángeles (2010). *Manual De Gestión Del Patrimonio Cultural*. Madrid: Akal.

Russo, A.P. (2002). *The “vicious circle” of tourism development in heritage destinations*. Annals of Tourism Research, Vol. 29 No. 1 pp. 165-182

Rosa Reina López Nieves, Vivian E. Muñoz Franco, and Mabel Alvariño Rodríguez. (2006) *Patrimonio Cultural y Turismo*. Recuperat el 20 de maig de 2011 <http://bit.ly/khSkg8>

Shoval, Noam, and Michal Isaacson (2007). *Tracking Tourists in the Digital Age*. Annals of Tourism Research 34.1. 141-59. Web.

Slow food (2012). *Slow food*. Recuperat el 3 de setembre de 2012 des de <http://bit.ly/dVbVGI>

Solanilla Demestre, Laura, Castellanos Pineda, Patricia (2010). *Comunicació Cultural*. Barcelona: Eureka Media S.L.

Toledano Ll. F.; Jonqueras, O. (2009) (coord.): *Atles del turisme a Catalunya. Mapa nacional dels recursos turístics intangibles*. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

Toselli, Claudia (2003). *Turismo cultural, participación y sustentabilidad*. Recuperat el 12 de juliol de 2012 des de <http://bit.ly/PX1qqU>

Toselli, Claudia (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Passos: Revista de Patrimonio y Turismo Cultural*, Volum 4 del número 2, pàgines 175-182.

Turisme de Catalunya (2009). *Catalunya és cultura. Catàleg Club Turisme Cultural 2009*. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

Tugores Truyol, Francesca, and Rosa Planas Ferrer (2006). *Introducción Al Patrimonio Cultural* /. Gijón: Trea.

Vidal Casellas, Dolors (1999). *Cultura i turisme. Cultura y turismo. Culture et tourisme*. Girona: Universitat de Girona

Índex d'annexes

Annex 1: Decret 87/2012, de 31 de juliol, sobre la pesca-turisme, el turisme pesquer i aquícola i les demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya.

**DEPARTAMENT
D'AGRICULTURA, RAMADERIA, PESCA,
ALIMENTACIÓ I MEDI NATURAL**

DECRET

87/2012, de 31 de juliol, sobre la pesca-turisme, el turisme pesquer i aqüícola i les demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya.

L'Estatut d'autonomia de Catalunya, en el seu article 119, atribueix a la Generalitat la competència exclusiva en matèria d'activitats marítimes i de pesca marítima i recreativa en aigües interiors, i la competència compartida en matèria d'ordenació del sector pesquer. L'article 171 atribueix també a la Generalitat la competència exclusiva en matèria de turisme, en la que s'inclou, entre d'altres, la regulació dels drets i els deures específics dels usuaris i els prestadors de serveis turístics.

Des de fa un anys el sector de la pesca, l'aqüicultura i el marisqueig demana la possibilitat de complementar les seves rendes mitjançant l'oferta d'activitats de caràcter turístic, educatiu i cultural. Per altra banda, la nostra societat demana activitats relacionades amb la mar i les tradicions relacionades amb aquest entorn.

La Llei 2/2010, de 18 de febrer, de pesca i acció marítimes, en el seu article 5.f) estableix entre les seves finalitats la de fomentar la diversificació econòmica del sector pesquer, i en la disposició final quarta s'estableix que el Govern ha d'impulsar la regulació específica de les activitats de turisme pesquer i aqüícola.

L'exercici de la pesca-turisme, el turisme pesquer i aqüícola i les demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals que regula aquest Decret ha de permetre al sector de la pesca, del marisqueig i de l'aqüicultura assolir una diversificació i millora econòmica, la promoció dels seus productes i, alhora, l'apropament a la ciutadania des de diferents perspectives, com ara la cultural, la gastronòmica, la tecnològica o la social. També ha de servir per revaloritzar els productes de la pesca, el marisqueig i l'aqüicultura de Catalunya i els diferents oficis relacionats i promoure la recuperació de la cultura, les tradicions i el patrimoni vinculat a les activitats i als oficis relacionats amb aquestes professions.

Amb l'objecte doncs d'adequar les noves necessitats i demandes del sector i per tal de donar compliment a la disposició final quarta de la Llei 2/2010, de 18 de febrer, de pesca i acció marítima;

A proposta del conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, d'acord amb el dictamen de la Comissió Jurídica Assessora, i d'acord amb el Govern,

DECRETO:

Article 1

Objecte i àmbit d'aplicació

1.1 Aquest Decret té per objecte regular, com activitats complementàries del sector pesquer, les activitats vinculades totalment o parcialment amb la pesca marítima i l'aqüicultura que permetin millorar o complementar les rendes de les persones que integren el sector pesquer, amb la finalitat d'assolir la diversificació econòmica del sector i la promoció dels seus productes.

1.2 El règim establert en aquest Decret s'entén sens perjudici del compliment de la normativa i de les autoritzacions, llicències i resta d'obligacions requerides per altres administracions o organismes en funció del tipus d'activitat de diversificació que es realitzi i en funció de l'àmbit territorial o espai on es desenvolupi.

Article 2

Finalitats

Les activitats complementàries del sector pesquer a què fa referència l'apartat anterior han d'estar relacionades amb un o més de les següents objectius:

- a) Difondre el patrimoni, les tradicions, els oficis, la gastronomia i la cultura vinculades a l'activitat de la pesca, el marisqueig i l'aqüicultura i l'entorn del sector.
- b) Promoure i revaloritzar els productes de la pesca, el marisqueig i l'aqüicultura, inclosa la compra i la degustació de peix i marisc maridats amb d'altres productes de proximitat.
- c) Divulgar les tècniques pesqueres, els arts i ormejos de pesca i l'evolució social, econòmica i tecnològica del sector.
- d) Facilitar l'adquisició de marxandatge, material educatiu i objectes de record vinculats a l'activitat de la pesca, el marisqueig i l'aqüicultura.
- e) Realitzar immersions amb respirador de superfície (*snorkel*) en instal·lacions de cultius marins per visionar l'entorn.
- f) Divulgar la contribució de les dones en el sector pesquer, promoure l'acceptació de dones en el marc polític i institucional dels sectors de la pesca i aquicultura, i promoure les seves iniciatives mitjançant l'adopció d'accions positives en els àmbits que regula aquest Decret.
- g) Difondre les relacions entre la qualitat del medi natural i les activitats humanes.
- h) Qualsevol altra que permeti, la dinamització econòmica i la promoció del sector de la pesca, el marisqueig i l'aqüicultura i els seus productes.

Article 3

Definicions

A efectes d'aquest Decret s'estableixen les definicions següents:

- a) Centre de turisme pesquer i aqüícola: centre que gestiona de manera conjunta les activitats de pesca-turisme i turisme pesquer i aqüícola que es desenvolupen en un determinat entorn.
- b) Demostració de pesca: activitat realitzada amb qualsevol art de pesca que té com a objectiu mostrar el seu funcionament i característiques en el lloc de l'extracció de recursos marins, sense perjudici que de la demostració se'n pugui derivar l'extracció accidental d'una petita quantitat de recursos marins.
- c) Pesca-turisme: activitat complementària de la pesca professional consistent en la pesca extractiva o de demostració a bord d'embarcacions pesqueres per persones professionals del sector, mitjançant contraprestació econòmica, orientades a la valorització i la difusió de les activitats i productes del sector així com dels costums, tradicions, patrimoni i cultura marinera.
- d) Turisme pesquer i aqüícola: activitat complementària de la pesca professional, del marisqueig i l'aqüicultura que es desenvolupa fora d'embarcacions pesqueres, en ports pesquers, instal·lacions d'aqüicultura i zones litorals o continentals relacionades amb la pesca, aquicultura i el marisqueig, per persones professionals del sector, mitjançant contraprestació econòmica, orientades a la valorització i la difusió de les activitats i productes del sector així com dels costums, tradicions, patrimoni i cultura marinera.

Article 4

Condicions per desenvolupar les activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aqüícola i les demostracions de pesca

4.1. Poden desenvolupar les activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aqüícola i les demostracions de pesca, les persones físiques i jurídiques següents:

- a) Les persones titulars de les autoritzacions, concessions i llicències de pesca, aquicultura o marisqueig.
- b) Les entitats mercantils constituïdes per confraries de pescadors, associacions, cooperatives d'armadors o organitzacions de productors, juntament amb els/les titulars d'autoritzacions, concessions o llicències a què fa referència l'apartat precedent.

c) Les entitats mercantils constituïdes per les persones esmentades en les lletres a) i b) amb operadors turístics o altres empreses de serveis vinculats amb el desenvolupament d'activitats turístiques, d'esbarjo, educatives o culturals objecte d'aquest Decret, sempre que estiguin integrades en la seva majoria per empreses o entitats del sector de la pesca, el marisqueig o l'aqüicultura i que el percentatge d'accions o participacions pertanyi en més del 50% a les empreses o entitats dels sectors esmentats.

4.2. Les activitats regulades en aquest Decret poden ser desenvolupades en aigües marítimes o continentals, a bord de vaixells o en instal·lacions d'aqüicultura, o a terra ferma.

a) En aigües marítimes o continentals, si es tracta d'activitats pesqueres, aquestes s'han de realitzar en vaixells inscrits en el cens de la flota operativa per a la pesca o el marisqueig. En cas que les activitats es realitzin en vaixells de pesca que a petició de la persona interessada hagin causat baixa del cens de la flota operativa, aquestes només poden ser de demostració de pesca.

b) En l'àmbit de l'aqüicultura les activitats es realitzen d'acord amb el que s'estableix a l'article 7.

Article 5

Activitats pesqueres i de demostració de pesca

5.1. Les activitats pesqueres especificades a l'article anterior s'han de dur a terme d'acord amb les condicions establertes a la normativa específica aplicable segons la modalitat pesquera, pel que fa a les èpoques, horaris, límit de captures i zones autoritzades. En cas d'activitats de demostració de pesca el departament competent en matèria de pesca i acció marítima ha de determinar mitjançant una ordre les èpoques, horaris i zones autoritzades per dur-les a terme.

5.2. La venda i el consum dels productes pesquers procedents d'aquestes activitats s'han de fer d'acord amb la normativa de comercialització dels productes pesquers i la reguladora del comerç i consum.

5.3. Les captures que es produeixin com a conseqüència de les demostracions de pesca han de complir amb la normativa específica sobre talles mínimes i espècies protegides i només es poden destinar a la degustació o a la beneficència.

Article 6

Comunicació de la realització d'activitats de pesca-turisme, de turisme pesquer i les demostracions de pesca

6.1. Les persones que realitzen les activitats regulades en aquest Decret, excepte les regulades en l'article 7, han de presentar una comunicació prèvia d'inici d'activitat adreçada a la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima.

6.2. Aquesta comunicació s'ha de presentar abans de l'inici de l'activitat davant la direcció general competent esmentada, davant la Xarxa d'oficines de gestió empresarial de la Generalitat de Catalunya, o en qualsevol dels llocs que preveu l'article 25.1 de la Llei 26/2010, del 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya, i, si s'escau, davant la seu electrònica que es determini, mitjançant el model normalitzat de comunicació que es pot descarregar del web gencat.cat. L'imprès de comunicació prèvia ha d'incloure les dades que s'estableixen a les lletres a) i b) següents i anar acompanyat de la declaració responsable establerta a la lletra c):

a) Les dades identificatives de la persona sol·licitant.

b) La previsió de les activitats a desenvolupar així com els mitjans tècnics i recursos.

c) Una declaració responsable conforme es disposa de la corresponent cobertura de responsabilitat civil d'acord amb el que es preveu en aquest Decret i les llicències, autoritzacions i permisos requerits per altres administracions o organismes per al desenvolupament de l'activitat.

6.3. La inexactitud, la falsedat o l'omissió, de caràcter essencial, en qualsevol dada o document que consta o acompanya la comunicació d'inici d'activitat comporta,

amb l'audiència prèvia de la persona interessada, deixar sense efecte el tràmit de comunicació i impedeix l'exercici de l'activitat des del moment en què es coneixen i la utilització del logo que s'estableix a l'article 10.

S'entenen de caràcter essencial les dades identificatives de la persona sol·licitant i la previsió de les activitats a desenvolupar, així com els mitjans tècnics i recursos.

6.4 La Resolució del/de la director/a general competent en matèria de pesca i acció marítima que constata les circumstàncies a què fa referència l'apartat anterior determina la retirada del logo, alhora que pot comportar també l'inici de les actuacions corresponents i l'exigència de les responsabilitats que estableix la legislació vigent.

Article 7

Autorització de les activitats de turisme aquícola

7.1 En l'àmbit de l'aquicultura el/la director/a general competent en matèria de pesca i acció marítima estableix anualment, mitjançant una resolució, plans territorials de desenvolupament i gestió de l'activitat de turisme aquícola, amb l'informe previ dels ajuntaments afectats. En aquests plans s'indiquen les zones, el nombre d'establiments d'aquicultura que poden realitzar aquesta activitat i altres condicions específiques per al seu exercici.

Aquesta activitat està subjecta a una autorització prèvia mitjançant la resolució de la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima.

7.2 La sol·licitud d'autorització s'ha de presentar abans de l'inici de l'activitat davant la direcció general competent esmentada, davant la Xarxa d'oficines de gestió empresarial de la Generalitat de Catalunya, o en qualsevol dels llocs que preveu l'article 25.1 de la Llei 26/2010, del 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya, i, si s'escau, davant la seu electrònica que es determini, mitjançant el model normalitzat de sol·licitud que es pot descarregar del web gencat.cat. L'imprès de sol·licitud ha d'incloure les dades que s'estableixen a les lletres a) i b) següents i anar acompanyat de la declaració responsable establerta a la lletra c):

- a) Les dades identificatives de la persona sol·licitant.
- b) La previsió de les activitats a desenvolupar així com els mitjans tècnics i recursos.
- c) Una declaració responsable conforme es disposa de la corresponent cobertura de responsabilitat civil d'acord amb el que es preveu en aquest Decret i les llicències, autoritzacions i permisos requerits per altres administracions o organismes per al desenvolupament de l'activitat.

7.3 El termini per emetre i notificar la Resolució d'autorització és d'un mes a comptar des de la data de sol·licitud. En cas de silenci, aquest es considera positiu.

Article 8

Cobertura de la responsabilitat civil

Les persones que realitzin les activitats complementàries del sector professional pesquer regulades en aquest Decret han de disposar d'una pòlissa d'assegurances d'accidents personals davant les persones usuàries que practiquin les activitats esmentades, amb els capitals mínims per víctima següent:

30.000,00 euros, en cas de mort; amb el sublímit de 3.005,06 euros en cas de mort d'un o d'una menor de 14 anys, els quals es destinaran a cobrir despeses de sepeli.

60.000,00 euros, en cas d'invalidesa, i despeses de curació, rescat i trasllat, fins a 6.000,00 euros.

Article 9

Reconeixement dels centres de pesca-turisme i turisme pesquer i aquícola.

9.1 Les persones físiques o jurídiques referides als articles 6 i 7 poden ser reconegudes com a centres de pesca-turisme i de turisme pesquer i aquícola amb

l'objectiu de gestionar de manera conjunta activitats de diversificació de la pesca en un determinat àmbit territorial.

La gestió conjunta pot incloure les actuacions següents:

- a) La programació i gestió de les activitats.
- b) El disseny de les activitats i circuits turístics.
- c) L'establiment d'estàndards homogenis de qualitat en la realització de les activitats.
- d) La col·laboració amb entitats i institucions, públiques o privades, en l'àmbit de les activitats regulades per aquest Decret.

9.2 El reconeixement com a centre de pesca-turisme i turisme pesquer i aqüícola s'obté amb la presentació d'una comunicació prèvia, que s'ha de presentar davant la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima o davant la Xarxa d'oficines de gestió empresarial de la Generalitat de Catalunya i, si s'escau, davant la seu electrònica que es determini, mitjançant el model normalitzat de comunicació que es pot descarregar del web gencat.cat. L'imprès de comunicació prèvia ha d'incloure les dades que s'estableixen a les lletres a), b) i c) següents i anar acompanyat de la declaració responsable establerta a la lletra d):

- a) Les dades identificatives de la persona sol·licitant.
- b) L'espai físic que permeti atendre les persones participants en les activitats.
- c) El sistema de reserva, programació i gestió de les activitats.
- d) Una declaració responsable conforme es disposa de la corresponent cobertura de responsabilitat civil pels danys que puguin ser atribuïts al centre d'acord amb el que es preveu en aquest Decret.
- e) Una declaració responsable conforme es compleixen els requisits que estableix aquest Decret i les normes que el desenvolupin.

9.3 En cas de comprovació d'inexactituds, falsedats o omissions de caràcter essencial en qualsevol dada o document que consta o acompanya la comunicació prèvia, resulta aplicable el que estableixen els apartats 3 i 4 de l'article 6.

S'entenen de caràcter essencial les dades identificatives de la persona sol·licitant i aquelles dades sobre les quals es fonamenta el dret a exercir l'activitat.

9.4 Mitjançant una ordre del/la conseller/a competent en matèria de pesca i acció marítima s'han d'establir normes relatives al funcionament dels centres, els criteris de qualitat que han de complir, la formació de les persones que realitzen les activitats i altres que puguin resultar necessàries per garantir un nivell de qualitat adequat en l'exercici de la seva activitat.

9.5 La comunicació esmentada a l'apartat 2 d'aquest article ha de ser notificada per part de la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima als ajuntaments afectats per al seu coneixement.

Article 10

Identificació de les persones i centres que realitzen activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aqüícola i demostracions de pesca

Les persones i els centres que realitzen aquestes activitats han d'exhibir en lloc visible, bé al vaixell o a les instal·lacions o dependències on es duen a terme les activitats, el logo identificatiu pesca-turisme o turisme pesquer i aqüícola que es detalla a l'annex 1 d'aquest Decret. Aquest logo autoadhesiu és facilitat per la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima o pels serveis territorials del departament competent en matèria de pesca i acció marítima en el moment de la presentació de la comunicació prèvia que estableixen els articles 6 i 9.

Article 11

Seguiment i control administratiu de les activitats

11.1 Les persones i els centres que realitzen activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aqüícola i demostracions de pesca han de presentar a la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima, en acabar l'any natural, una memòria anual d'activitats que contingui, com a mínim, la descripció dels aspectes següents:

- a) Les activitats desenvolupades i el nombre de persones participants.
- b) L'impacte econòmic sobre l'activitat principal.
- c) Els beneficis econòmics i socials per al sector.
- d) Material de promoció, didàctic i/o divulgatiu, si s'escau.
- e) La valoració de les activitats desenvolupades i la previsió de canvis a realitzar en el futur, si s'escau.

11.2 La direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima pot realitzar en qualsevol moment els controls que consideri necessaris per tal de verificar el compliment de les condicions exigides en aquest Decret per part de les persones o centres que realitzen les activitats que s'hi regulen i iniciar les actuacions sancionadores corresponents.

11.3 Aquests controls s'efectuen sens perjudici dels controls que puguin realitzar altres administracions competents en la matèria.

DISPOSICIÓ ADDICIONAL

Fitxer de dades de caràcter personal

Es crea el fitxer de dades de caràcter personal de les persones i dels centres que realitzen activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aquícola i demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya, les dades dels quals consten en l'annex 2.

DISPOSICIONS FINALS

—1 Es faculta el conseller o la consellera del departament competent en matèria de pesca i acció marítima per adoptar les disposicions necessàries per al desenvolupament i execució d'aquest Decret d'acord amb el que estableixen els articles 5 i 9.

—2 Aquest Decret entra en vigor l'endemà de la seva publicació en el DOGC.

Barcelona, 31 de juliol de 2012

ARTUR MAS I GAVARRÓ

President de la Generalitat de Catalunya

JOSEP MARIA PELEGRÍ I AIXUT

Conseller d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

ANNEX 1

Logo identificatiu de pesca-turisme o turisme pesquer i aqüícola



a) Mides: ha de tenir les mides o proporcions següents:

a.1) Amplada total: 125 mm.

a.2) Alçada total: 102 mm.

Una franja horitzontal a la part inferior de 17 mm d'alçada. Per damunt d'aquesta franja, la resta del logotip el constitueix un rectangle de 85 mm d'alçada dividit horitzontalment per una línia sinusoïdal de 8 mm de gruix amb una cresta a la part central. La part inferior del rectangle, comptada fins a l'eix de la línia sinusoïdal, té una alçada de 50 mm. La part superior del rectangle, comptada també des de l'eix de la línia sinusoïdal, té una alçada de 35 mm.

b) Colors:

b.1) Taronja: C: 0, M: 75, Y: 100, K: 0.

b.2) Blau: C: 100, M: 100, Y: 0, K: 0.

b.3) Negre: C: 0, M: 0, Y: 0, K: 100.

b.4) Blanc: C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0.

c) Tipus i color de lletra:

El tipus de lletra emprat és l'Helvètica Bold en color blanc.

d) Inscripcions:

A la part superior. Inscripció "Pesca-turisme" ocupant el 80% de l'amplada. Helvètica Bold, cos 48/48 i color blanc.

A la part intermèdia. Inscripció "Turisme pesquer" a la fila superior, ocupant el 90% de l'amplada i "aqüícola" a la fila inferior, amb la mida de la lletra al mateix cos que la fila superior. Helvètica Bold, cos 42/46 i color blanc.

A la part inferior. Alineada a la dreta: la identificació bàsica de la Generalitat de Catalunya en color blanc i cos 14/14. Alçada del senyal: 8,93 mm.

ANNEX 2

Fitxer de dades de caràcter personal

Denominació del fitxer: Activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aquícola i demostracions de pesca.

a) Finalitat i usos previstos: registre de les persones físiques i representants de les persones jurídiques i dels centres que realitzen activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aquícola i demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya, per tal de permetre'n la identificació per part de l'Administració. Estudis i informes de gènere.

L'ús previst és el control, per part de les autoritats competents, del compliment de la normativa vigent.

b) Persones i col·lectius interessats o afectats pel subministrament de dades: persones físiques i representants de les persones jurídiques i dels centres que realitzen activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aquícola i demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya. Les dades que es tractaran són les dades d'aquestes persones que per sí mateixes o organitzades com a centres reconeguts realitzen activitats regulades en aquest Decret.

c) Procedència de les dades: a través de la persona interessada o del seu representant legal, o de les bases de dades procedents de la direcció general competent en matèria de pesca i afers marítimes.

d) Procediment de recollida de dades: a través de la comunicació prèvia d'inici d'activitat adreçada a la direcció general competent en matèria de pesca i acció marítima.

e) Estructura bàsica del fitxer i descripció del tipus de dades de caràcter personal incloses:

Dades de caràcter identificatiu de les persones físiques i representants de les persones jurídiques i dels centres que realitzen activitats de pesca-turisme, turisme pesquer i aquícola i demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya:

Nom i cognoms, i sexe de les persones físiques titulars, de les persones representants de la persona jurídica i dels centres, adreça postal i electrònica, NIF/NIE o número de passaport.

Dades econòmico-financeres i d'assegurances:

Número d'identificació del/dels vaixell/s (NIB), llista de registre a la que pertany/en i dades relatives a les assegurances.

f) Cessions de dades de caràcter personal: no se'n preveuen.

g) Transferència internacional de dades: no se'n preveuen.

h) Òrgan responsable: subdirecció general competent en matèria de pesca i afers marítimes.

i) Òrgan davant el qual es pot exercir el dret d'accés, oposició, rectificació i cancel·lació: direcció general competent en matèria de pesca i afers marítimes (Diagonal, 523, telf. 93.444.50.60, info.daam@gencat.cat).

j) Mesures de seguretat amb indicació del nivell exigible: nivell bàsic.

k) Sistema de tractament: parcialment automatitzat.

(12.212.103)

✱